**PROYECTO PARA LA ADECUACIÓN GASTRONOMICA DE LAS PLAZAS DE MERCADO Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS SABERES Y SABORES DE LA COCINA DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA**

Natalia Vila Carvajal

**UNIVERSIDAD DE SAN MATEO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA VIRTUAL PROFESIONAL EN GASTRONOMÍA**

**BOGOTÁ 2018**

INTRODUCCIÓN

La cocina Colombiana se entiende como la riqueza gastronómica de las diferentes regiones del país, incluye sus origenes, sus historias, sus prácticas, sus sabores y olores, y por supuesto sus ingredientes. Un puedlo se conoce por sus sabores y saberes. De aquí la inportancia que nace del reconocimiento de las plazas de mercado donde se unen los preductos de la tierra de la mano de preparadores que por tradición han recibido los saberes de mezclas ancestrales llenas de sabores y reminicencias.

Estas Reminicencias no se deben quedar en los mayores, hay que trasmitirlas a las nuevas generaciones y presentarlas como alternativas de la mesa diaria, de ese momento de descanso a la hora ddel almuerzo.

Uno de los temas mas importante para conocer un pueblo y sus costumbres se da por medio de su comida y sus productos agricolas los cuales se han vuelto un tema muy importante de turismo; Es el conocer un pueblo por medio de sus sabores y saberes, Turismo de plazas de mercado.

La cocina del Tolima es conocida por sus sabores, aromas y texturas; es un recorrido por el rio Magdalena con un toque del parque de los nevados. Siendo el Municipio de Ibagué su capital reuno todos los saberes y sabore de su departamento el las diferentes plazas de mercado se ve reflejado su pueblo y sus saberes. Ibagué tiene 4 plazas de mercado principales La de Chapinero, la de la 21, el Hipodroma y la del Jardin.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Salvaguardia de los saberes y sodores del pueblo ibaguereño se ve amenasada por la llegada de diferentes ingredientes traido por las cadenas de mercados internacionales.

Las plazas de mercado son patrimonio material e inmaterial de el ser Colombiano; Son el recuento de nuestra historia cultural, se les debe dar la importancia para asi poder preservar nuestras tradiciones y costrumbres ansestrales, en tiempos como estos que cambian tan rapido.

Pese a que las plazas de mercado y sus comedores son escenario de riqueza cultural y saber gastronómico, su potencial comercial no es concreto en el establecimiento de una demanda cautiva de personas interesadas en el consumo de bienes y servicios culturales, tales como habitantes en busca de servicios gastronómicos especiales, amantes y criticos de la gastronómia o turistas nacionales y extranjeros que estan interesados en vivir experiencias nuevas. Esta limitación se traduce en desaprovechamiento por parte de los vendedores del aumento potencial de sus ingresos, generando una mejora en su calidad de vida y en los niveles de bienestar con el que cuentan.

*¿Si los comedores de la plaza de mercado son un escenario de cultura popular en los que el saber gastronómico es protagónico, lo cual constituye un factor potencial de aumento en el valor agregado de los productos ofrecidos, o del mercado cautivo, por qué no constituye referentes especialmente valorados para los consumidores de servicios de alimenticios?*

*¿Qué dificulta una valoración del publico consumidor de los servicios y productos ofrecidos en estos espacios, que potencialice el aumento de los ingresos de los ofertantes, a trav´s de un aumento del tamaño del mercado o del precio de los productos con especial valor agregado?*

Reconosco y reafirmo el valor de la riqueza cultural y gastronómica inherente a estos espacios de encuentro e intercambio, y de este reconocimiento veo la necesidad de inventarlas, protegerlas y preservarlas, particularmente frente a la intervencion que devenga en transformaciones que busquen un aumento en la facturacion de estos servicios culturales, ya que estas pueden alertar las prácticas y generar invaluables pérdidas.

OBJETIVOS

General

Organizar los procesos productivos y de comercializacion de 4 comedores de plazas de mercado del Municipio Ibagué a través de la valoración de la riqueza cultural subyacente, y de la transformación de las practicas de pruducción gastronómica., reelaborando estos espacios simbólicamente como *Comedores Tradicionales*. Esta apuesta generará un escenario de nuevas oportunidades económicas que permitirá a los *Portadores de Tradición* un mayor nivel de ingresos, generar nuevos empleos y un mejoramiento en la calidad de vida de los involucrado.

Específicos

* Elaborar un diagnostico que permita determinar la situación actual de los comedores de 4 plazas de mercado de Chapinero, El Hipodromo, la 21 y el Jardin.
* Inventariar las recetas propias de los 4 Comedores de Tradición de las Plazas, resaltando las técnicas y tradiciones de cada una de estas.
* Establecer y divulgar un inventario de normas de calidad y servicio en los cuatro comedores de las plazas de mercado, que permita la reelaboración de estos como “ Comedores de Tradició”.
* Intervenir los espacios fisicos de las plazas, para ser un atractivo turistico.
* Adecuar los comedores para asi volverlos espacios culturales.
* Promocionar y divulgar los “Comedores de Tradición” como sitios de interes y encuentro gastronómico cultural y turistico.

MARCO TEÓRICO

“Colombia es un país de reregiones, y cada una de ellas tiene sus propias expresiones culinarias”(Politicas para el conocimiento, la salvaguarda y el fomento de la alimentacion y las cocinas tradicionales, 2009, MINCULTURA). El Tolima y su municipio de Ibagué no son ajena a esta realida. El departamento del Tolima es reconocido por su diversidad agropecuaria y por sus tradiciones gastronómicas. El municipio del Ibagué y su constante crecimiento vio la necesidad de hacer lugares apropiados para la agrupación de la venta y comecialización de sus productos agricolas la primera plaza de mercado se construye en el año de 1.898 en el centro de la ciudad, despues de esta se construyen tres plazas mas por el rapido crecumiento del municipio.

El trabajo realizado por la Alcaldia Moyor de Bogotá, en colaboración con el IDT y el IPES el 20 de junio del 2017 se da a conocer su estrategia de promocionar las Plazas de Mercado como atrractivo turistico de la ciuda. Donde se quiere dar a conocer el alto nivel los productos y la calidad culinaria que se encuentra en ellas, este trabajo se hiso en tres plasa de mercado de la ciudad de Bogotá, Perseverancia, Paloquemado y las del Quirigua. *“Desde su comienzo, la administración distrital en su Plan de Desarrollo ‘Bogotá Mejor Para Todos’ viene trabajando en la recuperación de las plazas de mercado distritales, para que sirvan como escenarios artísticos, culturales y turísticos, donde se vea reflejada la diversidad, tradición, olores y sabores autóctonos y donde los compradores puedan disfrutar del buen trato, la atención personalizada, los buenos precios y la alta calidad de los productos.” ([Informadores turísticos promocionarán Red de Plazas de Mercado en Bogotá , 28-07-2017)](http://bogotaturismo.gov.co/noticias/informadores-tur-sticos-promocionar-n-red-de-plazas-de-mercado-en-bogot)*

La Plaza de Mercado de la Boquería en Barcelona, es otro ejemplo a seguir de unión de cultura y turismo, quien va a Barcelona y no conoce este lugar en como si no hubiera estado. “Es un ataque a los sentidos, con olores que provienen desde pescados hasta frutas.” (Reseña de los Mercados en Barcelona, <https://www.barcelona-tourist-guide.com/es/compras/mercados-barcelona.html> , 2008)

El 7 de julio de 1898 el Municipio de Ibagué compra un terreno en el barrio la Pola, con el fin de tener un lugar donde los campesinos pudieran vender sus productos. Viendo el crecimiento del Municipio el 1930 fundan la Plaza de Mercado de Chapinero; esta plaza maneja 452 puestos. El terreno de la Plaza de Mercado de la 21 fue adquirido por el municipio el 15 de agosto de 1919, se construyo su edificación en 1959 con 682 puestos, descongestionando así la plaza de Chapinero. El 1960 se da inicio a la construcción de la Plaza de Mercado el Hipódromo con una capacidad de 273 puestos. En 1990 se da inicio a la construcción de la Plaza de Mercado del Jardín, con una capacidad de 762 puestos, para un total de puestos disponibles de 2.169 para cubrir las necesidades del Municipio.

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación es perceptual; en donde se plantea una investigación de tipo explorativo y con componente descriptivo; para lograr la identificación y registro de los hechos del patrimonio gastronómica y su entorno determinante en el Municipio de Ibagué. Es un estudio descriptivo bajo registro de observaciones directas y toma de imágenes fotograficas. Su desarrollo se hara por medio de encuestas personales, datos demograficos, datos historicos.

Se desarrollara en 5 faces:

1. En el diagnostico de la situacion de las Plazas de Mercado, se desarrollara por medio de encuestas y toma de imágenes fotograficos.
2. Un inventario de los productos y recetas propias, de las tecnicas y tradiciones de cada Plaza, se desarrollara con los portadores de tradición por medio de plantillas de recolección de información.
3. Se desarollara un manual que contenga normas de calidad y servicio que dictan los diferentes Ministerios que hacen parte de las plazas.
4. Se desarrollaran talleres practicos para la adaptación de las practicas de preparación .
5. La información suministrada por las plazas de mercado se recopilara en un libro.

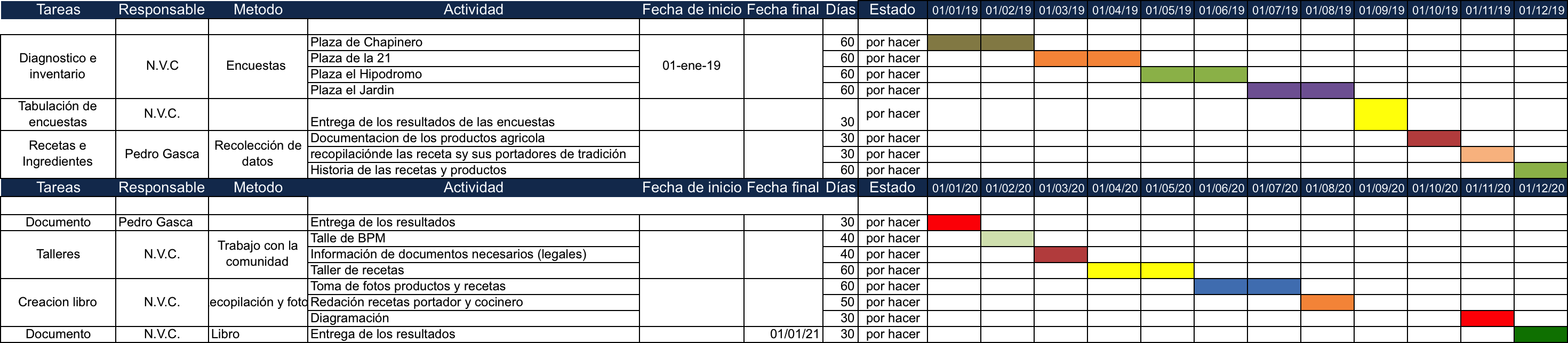
LIMITACIÓN Y ALCANCE

El desarrollo del proyecto se llevará a cabo a partir de la aprovacion de la alcaldia del municipio de Ibagué y su asignación de recursos.

El proyecto se desarrolla en Ibagué y su cronograma de actividades se pretende ejecutar a partier de enero del 2019, el cual esta diseñado para ejecutarse en dos años; Terminando el proyecto en enero 2021.

Las limitaciones de dicho proyecto depende de los actores del problema, los cuales estan involucrados directamente.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

* El saber de mis abuelos “ cocina tradicional y artesanias”, Jorge Ramiro Garcia, 2014
* La abuela Racquelina, Jose Ramiro Garcia, 2016
* El nuevo día, el periodico de los tolimenses, de turismo por el tolima, 2018
* Politicas para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de colombic, Ministerio de Cultura, 2009
* La Perseverancia, la plaza de mercado que se transformó, <http://bogota.gov.co/temas-de-ciudad/desarrollo-economico/la-perseverancia-la-plaza-de-mercado-que-se-transformo>, Fecha de publicación: Mar, 12/26/2017 - 10:59
* Información turísticos promocionarán Red de Plazas de Mercado en Bogotá <http://bogotaturismo.gov.co/noticias/informadores-tur-sticos-promocionar-n-red-de-plazas-de-mercado-en-bogot> , Mié, 2017-06-28
* Plazas de Mercado en la Ciudad de Ibagué , <http://generalidadesplazasibague.blogspot.com.co>, lunes, 15 de noviembre de 2010
* Plazas de Mercado, https://monumentosdeibague.es.tl/Plazas-de-Mercado.htm , 2017
* Reseña de los Mercados en Barcelona, <https://www.barcelona-tourist-guide.com/es/compras/mercados-barcelona.html>, Copyright © 2003- 2018 barcelona-tourist-guide.com
* Plazas de Mercado, <https://www.infibague.gov.co/?page_id=62>, 2015
* Critican Remodelación de Plazas de Mercado en Ibagué, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1579026> , REDACCION EL TIEMPO 06 de enero 2004