

EXPECTATIVAS DE LOS JÓVENES FRENTE A LA COCINA TRADICIONAL COLOMBIANA

Camilo Restrepo Ayala

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Jerссón Mejía, Paula Ochoa y Sara Aguinaga

Estudiantes auxiliares de investigación Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Introducción

Uno de los factores comunes en los destinos turísticos exitosos es una cocina autóctona fuerte. Perú, México, Francia, España e Italia entre otros son prueba de ello. La cocina tradicional se constituye en un factor de atraktividad llegando a convertirse incluso en el principal motivador del viajero.

Si una región pretende convertirse en un destino competitivo necesita desarrollar su cocina tradicional ya que es uno de los aspectos que representa su identidad cultural y social al respecto Rivera dice:

La cocina tradicional constituye, pues, parte del patrimonio intangible de la comunidad antioqueña y es a su vez un elemento de identidad y una pieza fundamental de las economías regionales y locales unidas al desarrollo que hoy presenta el turismo. Los turistas vienen a degustar sus patrimonios gastronómicos que cada vez se afianzan como sustento económico de innumerables familias dedicadas a las prácticas culinarias tradicionales. (Rivera, 2014, p. 14).

Debe ser claro para los actores gastronómicos y turísticos que no es con cocina internacional con la que se fortalece un destino, el turista llega buscando los platos típicos o tradicionales que es parte de lo que diferencia a la región de otros destinos. Se vuelve imperativo entonces tener una gastronomía tradicional reconocida y valorada.

Si se pretende fortalecer la cocina tradicional los principales convencidos deben ser los locales, .no se puede proyectar una gastronomía fuerte si estos no la protegen y promocionan. En razón a lo anterior, es preocupante observar que nuestras ciudades están llenas de sitios de comidas rápidas que poco o nada tienen que ver con su cocina tradicional: pizzas, hamburguesas, pollo frito, entre otros. Por otro lado se presenta un gran crecimiento de la oferta de cocina internacional, en el caso particular de Medellín, en la guía del Tour Gastronómico, una de las instituciones que agremia a los restaurantes de la ciudad, hay 110 restaurantes de los cuales solo 12 son de cocina tradicional.

Una de las hipótesis que se tienen frente a este fenómeno es que los jóvenes prefieren la comida rápida o internacional por encima de la cocina tradicional colombiana. ¿Pero es realmente esto es así?.

Las personas entre 15 y 30 años son un público de vital importancia si se pretende proyectar la cocina tradicional ya que son estos los que a futuro van permitir que esta perdure convirtiéndose en multiplicadores frente a los visitantes nacionales y extranjeros. Se hace necesario entonces conocer: ¿Cuáles son las expectativas de los jóvenes frente a la cocina tradicional? y de esta manera obtener información que permita las organizaciones del turismo y la gastronomía tomar decisiones para proteger la cocina tradicional entendiendo lo que los jóvenes piensan de ella y estableciendo cursos de acción frente a preferencias y hábitos de consumo.

Para el abordaje de problema se planteó una investigación con los siguientes objetivos:

Objetivo general: Describir las expectativas frente a la cocina tradicional de las personas de 15 a 30 años del Valle de Aburrá.

Objetivo específicos:

- Identificar las preferencias gastronómicas del público seleccionado.

- Conocer motivadores e inhibidores para seleccionar un restaurante
- Evaluar gustos y disgustos frente a la cocina tradicional.

Metodología

Se desarrolló una investigación en dos fases.

Una primera fase exploratoria con técnicas cualitativas utilizando como herramienta la sesión de grupo. Según Báez y Pérez de Tudela:

“es una técnica tendiente a generar dinámicas internas entre un conjunto reducido de personas (entre 5 y 10) a las que se ha reunido con la finalidad de que debatan entre ellas y así proporcionen la información de interés para los diferentes objetivos de investigación (...) como herramienta de investigación, es la más adecuada para captar las realidades sociales ya que rastrea el discurso social para conocer ideologías y valores” (Báez y Pérez de Tudela, 2012, p. 129)

Se realizaron 8 sesiones distribuidas en grupos así: 15 a 23 años de clase socioeconómica media y media baja, 15 a 23 años de clase socioeconómica media alta y alta, 24 a 30 años de clase socioeconómica media y media baja, 24 a 30 años de clase socioeconómica media alta y alta. Esta división se realiza en razón a que se considera a que hay diferencias en el comportamiento de acuerdo a la edad dado que de 15 a 23 años son estudiantes y luego de los 24 pasan a ser profesionales jóvenes, cambiando en este tránsito sus gustos y hábitos de consumo frente a la gastronomía. Por otro lado nivel socioeconómico es determinante ya que los niveles de ingreso tienen influencia directa sobre los restaurantes y el tipo de comida que se selecciona.

En esta primera etapa se definieron hipótesis frente a preferencias, motivadores y gustos gastronómicos.

A partir de los resultados de la primera fase se realizó la segunda fase, una investigación descriptiva de diseño transversal utilizando como técnica la encuesta a

través de un cuestionario estructurado directo diseñado a partir de los resultados de la investigación cualitativa. Para el efecto se realizaron 400 encuestas a personas seleccionadas a través de un muestreo a juicio del investigador por cuotas.

Hallazgos

Los jóvenes manifiestan una alta preferencia por la comida rápida y la cocina internacional, al preguntarles por los tipos de comida en lo que piensan cuando salen a comer mencionan: pizzerías, perros calientes, hamburguesas, sandwiches, alitas picantes y restaurantes italianos, mexicanos, franceses y orientales. No hay mención de la cocina tradicional colombiana ni de sus restaurantes.

Al preguntar por las preparaciones o platos preferidos los resultados se relacionan con los anteriores ya que sus respuestas giran en torno a los mismos tipos de comida aunque en este punto empiezan aparecer platos de la cocina tradicional como la bandeja paisa, el sudao y el chicharrón. Cabe mencionar que al indagar en profundidad sobre estas preferencias lo común es que sus respuestas se dirijan a la cocina colombiana a través de asociaciones emocionales positivas. En cuanto a preparaciones que no comerían todas las respuestas están relacionadas con la cocina colombiana.

En lo relacionado a aspectos que toman en cuenta para seleccionar un restaurante los investigados menciona atributos racionales como: limpieza, buena atención, precio, y calidad de la comida. En cuanto a atributos emocionales: el ambiente y que esté de moda. Adicionalmente, se identifica que para los investigados es importante la recomendación de otras personas. Según sus respuestas no consideran importante que los restaurantes tengan oferta de cocina tradicional. Al indagar por los restaurantes que más les gustan, sus preferencias están por restaurantes de cocina italiana, francesa, peruana y de comidas rápidas. La mención de restaurantes de cocina colombiana es muy baja.

En lo referente a la opinión que tiene la comida tradicional manifiestan que es poco saludable, que no genera emociones y experiencias, poca variedad, que su cantidad es excesiva y no tiene buena presentación. Así mismo, un porcentaje

importante de los jóvenes investigados responden que la cocina tradicional no representa su identidad. Se evidencia también una confusión entre los conceptos de comida tradicional y comida casera. Como aspectos positivos se mencionan el sabor y asociaciones con la familia y la tradición.

Existe un profundo desconocimiento de la cocina tradicional colombiana. Al preguntar sobre los platos que esta prefieren no se mencionan más de 10 platos y es importante anotar que solo en el libro “Cocina tradicional paisa” el autor identifica más de 100 preparaciones y que según el Marco Nacional de Cualificación de los Ministerios de Educación y Cultura en Colombia hay 18 regiones gastronómicas cada una de ellas con una amplia variedad de preparaciones tradicionales.

Conclusión

Las expectativas y la percepción que los jóvenes de Medellín tienen de la cocina tradicional no son positivas independiente de su rango de edad y nivel socioeconómico. La consideran antigua, poco saludable, monótona y poco atractiva. Sus preferencias en cuanto a preparaciones y restaurante giran en torno a la comida rápida y la cocina internacional. Desconocen la gran variedad de la cocina tradicional colombiana y es preocupante que los jóvenes no la consideren como parte de su identidad.

Todo esto pone de manifiesto una serie de dificultades para la construcción de un producto turístico gastronómico ya que los jóvenes tienen un papel importante en la futura proyección la cocina colombiana. El papel de los locales es fundamental en este tipo de turismo según como lo plantea en el Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional donde se define que es necesario crecer el orgullo por la comida colombiana y desarrollar campañas promocionales dirigidas al mercado doméstico.

Finalmente queda una pregunta que da pie a futuras investigaciones ¿Cuál es la percepción que tiene el turista extranjero de la cocina tradicional colombiana?

Bibliografía

Báez y Pérez de Tudela, Juan (2012), Investigación Cualitativa, Alfa y Omega Editores, México. ACODRES - FPT. (2010). Operación de restaurantes en Colombia. Bogotá.

Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación (2017). Marco Nacional de Cualificaciones. Bogotá.

Ministerio de Industria Comercio y Turismo (2016). Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Nacional. Bogotá

Rivera, Luis (2014). La cocina tradicional paisa. Fondo Editorial del ITM, Medellín. P. 14 – 17