

UNA EXPLORACIÓN DESDE LAS VERTIENTES COLOMBIANAS

INTEGRANTES

María Fernanda Toledo Duarte

Paula Andrea Saavedra Martínez

María Paula Ruiz Rodríguez

Marian Jineth Correa Ortiz

Celhyn Violeta Pinzón Espitia

María Fernanda Londoño de la Hoz

David Corso Garay

Oscar Fernando Aguirre

Cristian Babativa Maldonado

Nicolás Barbosa Lara

Andrea Perdomo Acosta

Mike Rodríguez Pulido

James Ospina Rodríguez

Stiverson Mosquera Córdoba

Mateo Arias Quintero

Noviembre 2020

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Escuela de bellas artes

Dirección y Producción de medios audiovisuales

Opción de Grado II

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| Abstract | 3 |
| Prefacio | 4 |
| Pregunta Problema | 5 |
| Planteamiento del Problema | 6 |
| Objetivos | 7 |
| Exploración de la Gastronomía colombiana | 8 |
| Marketing de las franquicias | 16 |
| Encuesta para conclusiones | 19 |
| Consideraciones finales | 21 |
| Bibliografía | 22 |

ABSTRACT

El proyecto Nativo nace con la intención de promover la gastronomía colombiana, adentrándonos con los platos típicos de nuestro país, siendo esta la idea base del proyecto televisivo, a partir de la idea general y ondeando más en el tema, se llega a plantear unas dudas y consecuente a esto una pregunta problema.

Teniendo en cuenta como ha avanzado el tiempo y con ello los estilos de vida que adoptamos según vemos en televisión, ya que estos estilos de vida que se venden hoy en día han generado que se pierdan ciertos orígenes, impregnando los estilos de vida de las personas.

Básicamente en esta investigación hablaremos de los estilos de vida gastronómicos, ya que una de las dudas que teníamos era ¿Por qué preferimos comer una hamburguesa, pizza o perro, que comer un ajiaco un sancocho o incluso la famosa bandeja paisa?, son estas cosas que por esto empezamos a formular la pregunta problema.

La idea de esta investigación es dar un punto de vista más objetivo y neutro, donde se exponga las dos caras de la moneda, y se trate de llegar a una conclusión abierta, donde la metodología que vamos a abordar para esta investigación es más cuantitativa, con la intención de que la conclusión también se base en opiniones externas.

Esta investigación aparte de ser complemento del proyecto audiovisual, es también una manera de ver cómo la globalización y el avance por parte de otros países han llegado a generar un emporio tan grande, que hoy en día se puede impregnar en las culturas del mundo, es algo que para mí es alucinante, ya que nos muestra cómo nuestros orígenes pueden llegar a modificarse en el transcurso de la historia, tal vez lo que empieza, como una empresa que venden hamburguesas termine siendo parte de la historia de cómo se camufló en el sistema.

Se espera que con las pequeñas encuestas se pueda generar otro punto de vista, donde lo importante sea la opinión pública, Para concluir, se espera que esta investigación llegue a dejar un punto de vista acerca de nuestra gastronomía colombiana y más importante que nuestra gastronomía, es la importancia de nuestra identidad, de lo que nos representa como colombianos, por historia por mezcla, por cultura y para mí lo más importante, por identidad.

PREFACIO

“La cultura es la memoria del pueblo, la conciencia colectiva de la continuidad histórica, el modo de pensar y de vivir.”-MILAN KUNDERA

Cuando era más joven, “el patriotismo” o el sentido de pertenecía no lo tenía tan presente en mi vida, no era por ignorarlo sino que tal vez la burbuja de la comodidad desvía este tipos de cosas, tal vez ignorantemente pensaba que todo estaba bien, hasta que llegó el día de salir del cobijo de los padres, y es cuando se empieza a ver la verdadera realidad, los verdaderos problemas, la desigualdad, los conflictos, la corrupción en fin, pero lo que más me deja pensando es que la muerte en este país se normaliza, ya se generó una costumbre por ver masacres, asesinatos, y eso que hoy en día no es lo mismo a como era en el siglo pasado, pero aun así siendo siglo XXI, hay casos y hechos de violencia que se quedan en el olvido.

Este tipo de hechos, de ver el panorama gris de ver solo cosas negativas, hacen que se escudriñe en la historia de mi país y de analizar todo el proceso que se lleva desde la independecia, y me he dado cuenta de que recordar es algo que nos hace falta como país, reconstruir nuestra historia y sumarla a la vida de otros colombianos, así que María la directora al hacer su propuesta del programa culinario colombiano, quise vincularme como lo mencionaba es necesario para recordar, mantener y darle la importancia a las tradiciones que se han convertido en parte de nosotros.

y como estudiante me he puesto el reto de generar un programa televisivo para los colombianos, donde todo el equipo de trabajo ha tomado la decisión de dar su grano de arena, aportando a esa reconstrucción histórica a partir de la gastronomía.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Las franquicias extranjeras alimenticias como McDonald's, les están quitando el valor comercial a la comida típica colombiana?

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Investigando acerca del tema, llegue a una columna en el espectador editada por Luisa Fernanda Martínez P, donde empezaba su columna con una pregunta ¿está en riesgo la comida típica colombiana? Me llamó la atención y decidí leerla, me di cuenta que ella plantea y enfoca su columna a la eliminación a largo plazo de la comida autóctona y tradicional por parte de las franquicias de comida extranjera.

Ella explicaba que, gracias a la apertura económica en Colombia en el año 90, fue la que permitió que empresas grandes de comida rápida, como McDonald's, Burger King y KFC, llegaran a nuestro país, donde a través de los años se posicionarán más cambiando hábitos alimenticios.

Es muy interesante lo que ella dice, ahora, en otro momento volveremos a abordar esta columna, por ahora quiero tocar el tema del consumo de comida rápida en estados unidos, ya que una de las empresas que domina este tipo de comida es McDonald's, donde su fundación fue en california para ser exactos. Un reportaje por CNN, planteaba la siguiente pregunta, ¿Cuánta Comida rápida consumen en Estados Unidos?

Donde básicamente ellos explican cómo este tipo de comida se convirtió en una de las dietas de los estadounidenses, todo este reportaje se hace a partir de encuestas, al ver una de estas encuestas me doy cuenta de algo que se puede llegar a debatir.

Me interesó esta encuesta porque va dirigida a los hogares estadounidenses, ya que, en mi forma de pensar, los valores y estilos de vida se inculcan a partir de los hogares, volviendo a la encuesta, me pareció interesante que los padres están adoptando costumbres que pueden llegar a arraigarse en los niños, modificando los estilos de vida.

Otro estudio reveló que Estados Unidos es la población con más obesidad adulta del mundo, con un porcentaje de 38,2 %.

Si juntamos estos dos estudios podríamos llegar a la vaga conclusión de que la gastronomía estadounidense ha arraigado como estilo de vida consumir este tipo de comidas, O también se podría llegar a pensar que la comida rápida por parte de las grandes empresas se adapta tan rápido en diferentes culturas por su forma de vender (marketing).

Desde mi punto de vista, saber vender influye demasiado en la compra del producto, y creo que esto es lo que está pasando, tal vez los estilos de vida gastronómicos extranjeros no sean los que estén afectando nuestra gastronomía, tal vez la forma de vender de las grandes franquicias sean las que están impregnando los estilos de vida de las personas, arraigándose a las culturas de forma global.

Ahora nos están impregnando, volviendo a la columna del espectador, Luisa pone en situación el consumo de comida rápida en JÓVENES, de esta manera ella expone que las franquicias le quiten el valor de la comida típica colombiana por las preferencias de la comida rápida.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

-Evidenciar la pérdida del valor gastronómico de nuestro país a través del medio audiovisual, aportando a la creación de nuevos contenidos netamente colombianos, identificando nuestras raíces enfocado en nuestra gastronomía.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incentivar a partir del piloto televisivo, el consumo de la comida típica colombiana, dándole realce al patrimonio gastronómico en Colombia.

-Realizar una breve reflexión a partir de la historia, acerca de la importancia de nuestra gastronomía.

-Generar en el público el aprecio a la comida típica colombiana.

EXPLORACIÓN ÍNTIMA DE LA GASTRONOMÍA

la gastronomía colombiana es una combinación de tradición, aromas, recuerdos y significados; todo eso nos lleva a apropiarnos realmente de lo que somos (colombianos) y es que una de las cosas que extrañamos al salir de Colombia en su comida esa que catalogamos única, y no es para menos estamos llenos de una naturaleza diversa que nos brinda sabores desde la Guajira hasta el Amazonas.

Aquí empezamos nuestra exploración teniendo en cuenta que Colombia cobija 6 regiones con una gran pirámide alimenticia y cultural. Este conjunto ha

hecho que los colombianos se reinventen, explorando sabores desconocidos y fusionándolos para lograr deliciosos platos, la esencia gastronómica de Colombia la dejaron nuestros antepasados, esos que al encontrarse con los españoles nos impregnaron de tradición y nuevos conocimientos, asimismo a lo largo de los años aquellos labradores de tierra nos ofrecen productos alimenticios de excelente calidad, encontrando en sus cocinas historias, recuerdos y conocimientos.

Olvidados muchas veces por nosotros, luchan porque su trabajo sea valorado, luchan porque Colombia crea en un producto netamente colombiano y le demos importancia a los sabores de nuestra tierra, a veces pecamos por ignorancia, por adentrarnos a un mundo gastronómico desconocido ese que deja en el olvido nuestros sabores; por esto empezaremos por la región Andina que hoy en día ha visto pasar a nacionales y extranjeros que se han enamorado de su cultura y gastronomía.

REGIÓN ANDINA ORIENTAL

La región Andina Oriental está conformada por los departamentos del norte de Santander, Santander, Boyacá, Cundinamarca, Tolima, Huila y Bogotá esta comprende el 37% de la población colombiana y la componen 450 municipios y dos distritos; ofreciendo una amplia variedad alimenticia, podemos encontrar la caña de azúcar, plátano, cacao, maíz, trigo y cebada, yuca, frijol, árboles frutales entre otros.

Conociendo un poco de la gastronomía Andina nos encontramos con un plato típico de la región el “Ajiaco”, este es uno de los platos preferidos por los bogotanos ese que un día José María Cordovez Moure definió como “una obra maestra del arte culinario”. por esto decidimos conocer un poco de su historia y de sus componentes más importantes.

- **El maíz**

Es un cereal originario y domesticado por los pueblos indígenas en el sur de México y es el cereal con mayor producción a nivel mundial. En Colombia se cultiva en Sucre, Tolima, y Valle del Cauca logrando una “superficie y producción de aproximadamente de 1.164.416”

- **Papa criolla**

Tubérculo altamente consumido en los países andinos, en Colombia la papa criolla es muy conocida por las regiones andinas orientales, según la CVN se han destinado 123.000 hectáreas para su producción y se han exportado más de 464 toneladas de papa.

- **Arracacha**

Tubérculo rico en vitamina C y B3 originario en los andes y cultivada actualmente en América del Sur. En Colombia se cultiva en los departamentos andinos concentrándose especialmente en Cajamarca departamento del Tolima, al año se produce más de 70.000 toneladas.

Conociendo los productos de esta exquisita receta ahondaremos en su historia, para esto recurrimos a un artículo de canal Trece que nos cuenta el misterio de sus orígenes.

En la investigación Angélica Loaiza llega a varios mitos sobre el nombre que le da carácter a este plato, el “ajiacó” ¿por qué surgió este nombre? Se cuenta que en 1907 Rufino Cuervo señaló que “el ajiacó es un plato caracterizado por el ají” otros cuentan una leyenda indígena donde el Cacique Aco y su esposa Aj fusionaron sus nombres y surgió esta palabra y otros creen que su origen se dio porque en varios países de América del Sur le llaman a las sopas o cocidos de esta manera.

Se dice que nuestros antepasados también preparaban el ajiacó de una forma ligera y con diferente proteína, que a lo largo de los años y nuevas apariciones de alimentos le fueron dando forma al ajiacó que hoy conocemos que va acompañado con aderezos tales como, las alcaparraras, guascas y crema de leche.

El ajiacó es el plato típico de la capital del País y es el producto del segundo tiempo más ofertado en restaurantes, en Bogotá podemos encontrar establecimientos conocidos por guardar la tradición que envuelve este conocido plato como (Las Margaritas).

- **Datos**

El instituto Distrital de Turismo dispone un día entre septiembre y noviembre para dar homenaje a este plato Santaferense, haciendo un concurso al mejor ajiaco titulado Día del ajiaco santafereño realizado en uno de los ejes turísticos de Bogotá, el Chorro de Quevedo.

REGIÓN CARIBE

Esta región cuenta con una gran riqueza gastronómica, deliciosa y colorida entre los alimentos que cobijan esta región podemos encontrar el banano, maíz, arroz, plátano, sorgo, café, cacao, yuca, coco entre otros.

Su gastronomía es una mezcla de ingredientes y sabores que fusionan las tradiciones culinarias de las culturas, europea, indígena nativa, africana y mestiza, e incluye una variedad de platos, bebidas y dulces típicos.

Entre las comidas más tradicionales de esta región están los sancochos a base de pescados y mariscos, res y gallina, tortuga y chivo, y el mondongo, que se acompañan con patacones, bollos de maíz, plátano, yuca y queso costeño. También destacan las sopas de granos, como la de frijoles y el guandú, y una variedad de platos de mar y tierra, la cocina caribeña también incluye algunas comidas exóticas hechas con animales de caza silvestre, que abunda en esta parte del país.

Conociendo un poco más de la gastronomía Caribe, nos encontramos con un plato típico de la región el “Arroz con coco”, es un plato que encuentras desde las casas “más humildes” hasta las más ostentosas.

- **Coco**

Es una fruta tropical obtenida del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial Tiene una cáscara exterior gruesa y un mesocarpio fibroso y otra interior dura, vellosa y marrón que tiene adherida la

pulpa, que es blanca y aromática, se dice que tras el descubrimiento de América, los colonizadores encontraron la palma de coco tras la llegada al Caribe a finales del siglo XV, se dieron cuenta que los indígenas lo usaban tanto para fabricar su vestimenta como de alimento.

En Colombia se cultiva en Nariño, Córdoba, Cauca, Chocó, según el ministerio de agricultura la producción de coco asciende a 122.768 toneladas.

- **Arroz**

El arroz es un cereal que proviene de una planta llamada oryza sativa y es considerado alimento básico en muchas culturas culinarias, y su grano es el segundo cereal más producido a nivel mundial, tras el maíz, se dice que su origen inició en Asia, en concreto en la India y China hace unos 7000 años.

En Colombia se cultiva en los Llanos Orientales, Tolima, Huila, Santander, Magdalena, Sucre, Córdoba y César, según la revista Portafolio aproximadamente hay unas 500.000 hectáreas que están destinadas a la siembra de arroz y que arrojan una producción cercana a 1,7 millones de toneladas anuales.

En cuanto al arroz con coco, no se tiene una historia clara sobre su origen. Pero, se puede decir que su esta receta proviene de las mezclas culinarias de los pueblos africanos, indígenas y españoles. Además, el coco es una fruta tropical insignia de la zona Caribe y Pacífica. Por lo tanto, es uno de los ingredientes más utilizados en la cocina de estas regiones.

- **SANCOCHO COSTEÑO**

Se sabe que el sancocho tiene diversas maneras de prepararlo según su región, pero en esta región se convierte en el plato insignia porque está considerado como un plato de celebración, ya que resucita a los danzantes después de una noche de música y copas, que invita a la reunión, infalible en los paseos, que se sirve bien caliente a la hora del almuerzo, y que, si es hecho en leña, es aún más apetecido.

El origen puede llegar a ser vago y confuso ya que no hay una raíz de origen como tal por la mezcla de culturas que hubo por parte de indígenas, negros,

Europeos y otros inmigrantes, pero aun así hay un consenso entre sus habitantes, acerca de su importancia, significado y autenticidad.

Entre los ingredientes más comunes del sancocho (aunque pueden variar) están: la mazorca, el plátano verde y maduro, el ñame, la yuca, la papa, la ahuyama, la zanahoria, el cilantro, la cebolla, los tomates, el apio y el ajo. Y lo más curioso de este manjar es que muchos de sus ingredientes, aparte de las carnes, no son oriundos de la región Caribe.

- **Datos**

María José Yances en el año 2009, publica un libro de recetas que se titula ME SABE A TODO, en este libro rescata muchas de las recetas de lo que a comienzos del siglo XX se denominaba las sabanas de Bolívar.

REGION PACIFICA

La región Pacífica tiene una longitud de 1.300 kilómetros, es la región más húmeda de Colombia y una de las más húmedas en el mundo, Esta región se caracteriza por su biodiversidad, donde en el norte de la región tiene áreas selváticas.

están rodeadas de manglares y acantilados, En esta región colombiana se puede visitar la playa de Bahía Solano, las Islas de Gorgona y Gorgonilla, el Santuario de Fauna y Flora Isla de la Corota.

Entre su comida típica se encuentra sus platos más reconocidos como lo son, los aborrajados de pescado, ensalada de calamar, camarón o langostinos; empanadas de jaiba; sopa de lentejas, gazapo, almejas y cangrejo; pusandao (caldo de bagre); quebrao (sancocho de carne serrana salada en cecina); pargo o corvina, cazuela de mariscos; chaupiza (pescado pequeño) y huevos de piando, entre otros.

- **ARROZ ATOLLADO DE CARNE AHUMADA**

El nombre nace en el Cauca, lugar donde se fundó por las colonias españolas. el arroz atollado es un plato elaborado de la misma forma que la paella

“También llegan a decir las crónicas que los indios guapìes en celebraciones por cosechas de maíz y arroz, preparaban el plato mezclado con carne de iguaza (pequeño pato), y con el tiempo se elaboró con vegetales y otras carnes como el cerdo y el pollo, por la influencia de las zonas a donde se extendió”(Castao, 2016).

- **Datos**

El pescado es el patrimonio gastronómico más importante de la región pacífica ya que del pescado salen diversos platos como cazuela de camarón, sudado de raya, sancocho de ñato, piangua, ceviche de camarón, arroz endiablado, arroz marinero, arroz con camarones, encoca'o de camarón, empanada de camarón, entre otros más.

REGION ORINOQUIA

La región Orinoquía, también conocida con el nombre de región de Los Llanos orientales, y que hoy agrupa los territorios de los departamentos del Meta, Arauca, Casanare y Vichada, refiere a una de las 6 regiones naturales en la que se encuentra dividido el país, agrupado por diferentes territorios que comparten características similares, referentes a terrenos de extensas sabanas y corrientes hídricas importantes que desembocan en el Orinoco.

La comida típica se genera a partir de la gran variedad de recetas que surgen de la intensa actividad ganadera y agrícola. Algunas personas creen que la preparación de las carnes de esta región es de las mejores que existen en Suramérica.

- **TERNERA LLANERA**

La ternera a la llanera o “mamona” es un plato típico de los Llanos, cuya preparación representa una fiesta para los comensales. Prácticamente este a este plato se busca una ternera de un año de edad donde es matada y seccionada en cuatro cortes principales conocidos como la raya, la garza, los tembladores y la osa.

La raya prácticamente son las cuatro patas de la ternera, Se corta desde la parte superior del animal (ancas) e incluye los muslos y la cola, la garza es la ubre de la ternera, los tembladores se componen de tiras largas de carne que se sacan del pecho de la ternera y las osa donde este corte cubre la cabeza del animal.

- **Datos**

Algunos nativos optan por azar estas partes a las brasas, añadiendo sal, cerveza y especias, donde la manera clásica de realizar el asado es en el burro lentamente, durante 4 horas, sin avivar el fuego.

- **ARROZ LLANERO**

El arroz llanero se caracteriza por cocinarse con el rabo de la res. Es así como el arroz se cocina hasta que el rabo esté blando y tenga la consistencia deseada para que pueda ser comido. Puede no sonar muy apetitoso pero los sabores que guarda esta parte de la res hacen que este arroz sea una exquisitez. Básicamente esta preparación es un arroz caldoso que se elabora con el caldo donde se cocina el rabo de res. Este rabo se sofríe con manteca de cochino y listo, no tiene mayor misterio.

- **Datos**

La hallaca es un plato navideño, ya que la tradición dicta que las familias se reúnen para hacerla y compartir en familia.

REGIÓN AMAZONIA

La región Amazónica de Colombia, o Amazonía, está ubicada en el sur del país, comprende cerca del 50% del territorio colombiano y es la zona menos poblada del país. A la vez, hace parte de la gran región suramericana de la Selva amazónica, la más extensa zona forestal del mundo que es compartida por Venezuela, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú.

- **PIRARUCÙ**

El pirarucù se ha convertido en un pez representativo de nuestro país, ya que por su gran tamaño es considerado como uno de los reyes del río.

- **HUMITAS**

Las Humitas básicamente son bollitos de choclo que se realizan de una manera tradicional ya que tiene una fuerte influencia indígena, también es una de las recetas de platos típicos más fáciles de elaborar, donde el principal ingrediente es el maíz tras ser parte de la dieta de los habitantes.

EL MARKETING DE LAS FRANQUICIAS

Ya miramos algunos platos de las regiones de nuestro país, donde se puede evidenciar que estos platos aparte de ser parte de nuestra identidad por las mezclas de culturas pasadas, también son un punto clave para el turismo, generando sostenibilidad a las familias, ya abordaremos más esto en la conclusión.

Ahora vamos a mirar como las franquicias han llegado para quedarse a partir de sus estrategias de venta. Partamos en Estados Unidos, donde McDonald's hace su primer paso al éxito en 1970, donde ellos sacan el famoso Happy Meal, una cajita especial para niños que trae aparte del menú seleccionado un juguete promocional de cada película animada que esté saliendo.

Si analizamos bien la situación, la cajita feliz, sería más que un menú, una promoción de la película que esté en tendencia, así obviamente alzaron sus ventas y hoy en día todo el mundo sabe que es una cajita feliz.

Hay un caso más reciente que nos muestra que McDonald's se está impregnando de otros tipos de mercado audiovisual, en el año 2013 sale la serie de televisión animada Rick y Morty, donde en su tercera temporada el protagonista de la serie Rick habla acerca de la salsa Szechuan, que irónicamente en 1998 se crea esta salsa para la película de Disney Mulán.

Obviamente cuando salió este episodio, los fanáticos empezaron a hacer peticiones a través de Twitter y Change.Org, pidiendo que vuelva la salsa, McDonald's al ver tantas peticiones decidieron sacarla, pero lo que me pareció interesante es que solo la iban a sacar un día siendo el 7 de octubre nada más.

Nos damos de cuenta que sus estrategias son tan efectivas que al fin y al cabo McDonald's logra vender gracias a lo que esté en tendencia, atrayendo al público con otro tipo de contenido que hacen que compre su producto oficial.

En conclusión, de este segmento, McDonald's aprovecha la tendencia para llegar a su público, pero lo interesante es que de tantas estrategias y tanto tiempo en la cima McDonald's en Estados Unidos está tan arraigado a su cultura al punto de que en cada esquina literalmente hay un punto McDonald's. Ahora para llegar a otro país aparte de aprovechar la tendencia encontró otra estrategia que ayuda a llegar a más gente por fuera de su capital.

- **COMIDA CULTURAL EN LAS FRANQUICIAS**

Investigando acerca del menú en McDonald's alrededor del mundo, encontramos que hay por lo menos un plato típico de cada país, donde esta empresa siempre ofrece algo especial de cada país tenemos como ejemplo a países como España que en el menú de ellos sirve la sopa de gazpachos, viniendo en un combo con una hamburguesa.

En Francia venden Le Croque McDo que es básicamente un sándwich en forma de dos panes finos con queso y jamón entre ellos. No es nada más que una versión del bocadillo francés tradicional **Croc Monsieur (un emparedado caliente con jamón y queso)**, pero a comparación con las hamburguesas, se ve pequeño, pero a los franceses les gusta mucho.

En Alemania es uno de los pocos países donde se puede pedir McCerveza. También ahí se puede encontrar McRib: un sándwich picante con costillas de cerdo. Donde hace algunos años en Alemania era muy popular el Nürnberger: una hamburguesa con salchichas en lugar de carne.

El caso es que la lista sigue, siempre hay algo particular de cada país en sus menús, aunque estas comidas hacen parte del menú se puede evidenciar que la calidad y lo que sobresale de la comida típica de los países se pierde, y es más por la industria, por la velocidad de hacer el plato, puede que tenga el mismo nombre, pero la calidad no alcanza a ser lo mismo.

Colombia no es la excepción, en Colombia las franquicias no son dirigidas directamente por la empresa de McDonald's, lo que se hizo fue una licitación donde varias empresas proponían para tener el contrato, el caso es que la empresa que hoy se encarga de las franquicias de América latina se llama Arcos Dorados, ellos prácticamente manejan las franquicias de más de 20 países de América latina.

Incluso esta empresa es una empresa pública con acciones en la bolsa de New York, que en estos últimos años han implementado en sus menús, tales como Pollo Crocante, arepas, yucas y hogao. Es claro que no han sido platos que representen a nuestro país, pero sí se puede ver que ya poco a poco intentan meter comida nacional para conseguir más acogida.

Hace aproximadamente 6 años le hicieron una entrevista a Luis Raganato quien es el presidente de la división Caribe de Arcos Dorados, donde le preguntaron.

¿Cómo describiría al consumidor colombiano?

“-En Colombia especialmente, hemos identificado que la gastronomía y los gustos por la comida típica están muy arraigados. En función de esto, hemos buscado ofrecer alternativas que al mismo tiempo se conecten con los productos que nos caracterizan y que tienen presencia global.”

REVISTA DINERO, 2015,14/05.

Aunque ya esta entrevista fue hace años, se puede evidenciar las intenciones de estas empresas, veo que si ellos sacan platos típicos, seguramente la calidad que caracteriza y convierte en un plato autóctono se va a perder, es como el ajiaco en lata, tendrá los mismos componentes que lo forman pero, se pierde calidad sabor y sazón, si se llegara a sacar algún plato por el estilo, pasaría lo mismo que en Francia sería más una nueva propuesta del plato, más no llegaría a compararse al plato original.

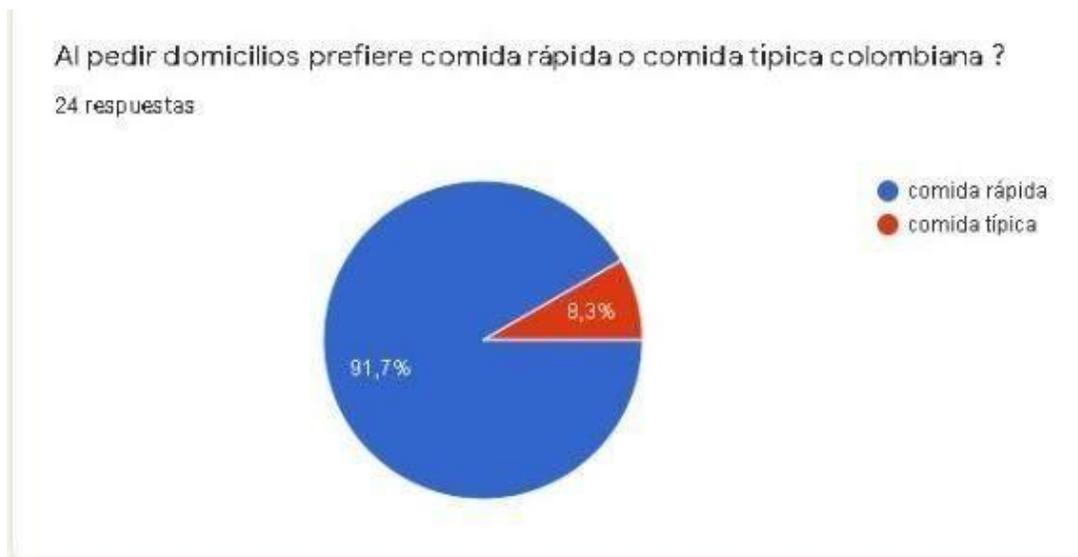
Se me hace curioso como el colombiano, con negocios independientes de comida rápida, busca la manera de impregnar sabores de nuestra tierra a las comidas y aunque hay muchas personas que conocen estos sitios de comida rápida con tradición colombiana, prefieren los restaurantes reconocidos como McDonald's, porque su menú es más económico que el menú de restaurantes que incluyen sabores propios de nuestra tierra a las comidas rápidas, asimismo se ha creado un hábito alimenticio que no permite explorar diferentes sabores y fusiones y nos retiene muchas veces a generar propuestas innovadoras que se acomoden con los gustos y economía del colombiano.

ENCUESTA PARA CONCLUSIONES

Se hizo una encuesta, a partir de las preguntas se le direccionará a la preferencia entre la comida típica colombiana, la encuesta fue dirigida a un público de personas, pero los índices de desarrollo de la encuesta están entre los 20 y los 28 años siendo las personas de 22 años las que más desarrollaron el formulario.

Unas de las preguntas fue el gusto por la comida típica, y los resultados fueron los que se esperaban, obviamente todas las personas respondieron que sí, aunque es muy sencilla la pregunta, se empieza a direccionar al público, a las personas les gusta el producto colombiano, así que una extinción de nuestros platos sería imposible.

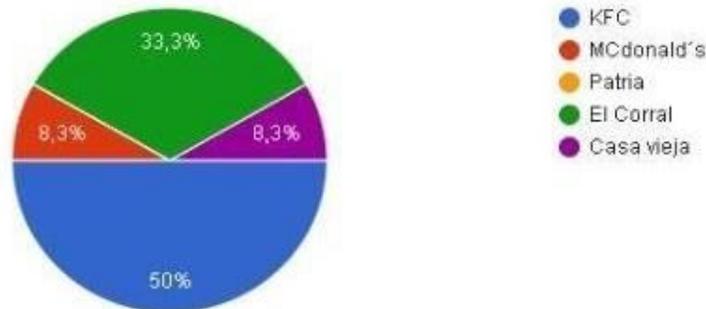
Se denota desde la primera pregunta que el público, tiene en cuenta la comida, aquí vamos a otra de las preguntas de la encuesta y una de la mas importante, y es la preferencia entre platos, tanto como lo autóctono o lo rápido, el resultado fue contundente el 91 % de las personas piden la comida rápida, aunque a las personas les gusta la comida típica, en cuestión de preferencias prefieren la comida rápida.



Ahora se les pregunta que restaurante prefieren donde se les ofrece varias opciones estos fueron los resultados.

Elija el restaurante de su preferencia

24 respuestas



Se puede ver reflejado que el 50 % de las personas prefieren KFC, un 33 % el corral y el 16.3 % se divide entre casa vieja y McDonald's, se ve claramente la preferencia hacia las industrias extranjeras. Hay un gusto por la comida típica pero las preferencias del público son claras.

Esto nos lleva a otra de las preguntas de la encuesta, el porqué de estas preferencias, uno de los comentarios me llamó la atención.

- "Si, suelen ser más rápidas y fáciles de encontrar en la calle, además suelen ser lugares donde uno puede encontrarse".

Entre más comentarios de por qué estas preferencias, lo que más predomina es su facilidad, rapidez y encontrar los lugares fácilmente.

Aunque es estudio fue pequeño, los resultados son evidentes, las personas les gusta la comida típica, por ser típica, por el hecho de que nos representa, pero a la hora de preferencia se busca lo rápido, lo económico porque, aunque no se compre en los establecimientos que se pusieron en la encuesta, hay más negocios independientes de comida rápida, donde los precios son mucho mejor.

CONSIDERACIONES FINALES

Entre las consideraciones finales cabe resaltar que la investigación se basó más en la estrategia de marketing de McDonald's y su manera de comercializar, porque esta es una de las franquicias más potentes del mundo, y que se ha quedado impregnada en la mayoría de países.

Volviendo a la columna del espectador por parte de la reportera Luisa Fernanda acerca del riesgo de extinción que hay por las grandes franquicias, creo que no hay riesgo, no creo que se pueda extinguir, siempre hay público para cada producto, aparte es algo que está tan arraigado que sería imposible, aunque las preferencias ya estén claras, nuestras costumbres nos llevarán a probar nuestra comida, ya sea lo que sea, cuando vamos a conocer una parte de nuestro país por primera vez, lo que más comemos de una manera indirecta es algo más autóctono, un ejemplo vamos a Boyacá y lo que más se puede ver es la arepa boyacense entre otros platos a lo que vamos a estar más propensos a comer este tipo de platos.

Creo que entre la diversidad que hay aquí en el país, sostenemos nuestros platos, el rollo conociendo la costa o viceversa hace que nuestra gastronomía permanezca vigente y no se extinga.

Ahora, aunque las grandes franquicias quieran sacar productos nacionales para la comercialización, no va a ser lo mismo, la calidad del plato se va a ver muy distinta, es como el ajiaco en lata, no es lo mismo a uno servido, y se puede llegar a evidenciar la calidad, estas franquicias buscan platos rápidos, donde pueden vender el ajiaco en KFC, pero el sabor, la presentación no van a ser la misma que el de un restaurante que se dedica a la creación de comida típica.

También, se puede evidenciar que estos restaurantes pierden su público y es cierto, pero el gusto de cada colombiano por la comida típica está presente, aunque siempre se busque la rapidez y economía.

REFERENCIAS

Aular, (2019) Gastronomía de la Región Pacífica de Colombia En:
<https://www.lifeder.com/gastronomia-region-pacifica/>
[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Banco de la República, (2019) El cultivo de ñame en el Caribe colombiano En:
[https://www.banrep.gov.co/es/node/26485#:~:text=El%20%C3%B1ame%20\(Dioscorea\)%20es%20uno,la%20poblaci%C3%B3n%20de%20esta%20zona.](https://www.banrep.gov.co/es/node/26485#:~:text=El%20%C3%B1ame%20(Dioscorea)%20es%20uno,la%20poblaci%C3%B3n%20de%20esta%20zona.)
[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Course hero, (2017) Bocachico en zumo de coco En:
<https://www.coursehero.com/file/54597749/Bocachico-en-zumo-de-cocodocx/>
[Consultado el 15 de septiembre de 2020]

Colombia.co, (2013) Gastronomía para el desarrollo En:
<https://www.colombia.co/cultura-colombiana/gastronomia-para-el-desarrollo/>
[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Contreras, (2018) 5 curiosidades acerca de la hallaca que probablemente no conocías En:
<http://laguiadecaracas.net/25240/5-curiosidades-acerc-a-la-hallaca/>
[Consultado el 15 de septiembre de 2020]

El nuevo día, (2016) La columna del chef ,el arroz atollado, joya gastronómica del Pacífico En:
<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/sociales/la-columna-del-chef/296801-el-arroz-atollado-joya-gastronomica-del-pacifico>
[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Entere.se, (2020) las estrategias de marketing digital de McDonald's para el éxito En:

<https://entere.se/curiosidades/las-estrategias-de-marketing-digital-de-mcdonalds-para-el-exito/>

[Consultado el 7 de septiembre, 2020]

García, (2015) McDonald's le apuesta a ganar participación en el menú colombiano En:

<https://www.america-retail.com/industria-y-mercado/mcdonalds-le-apuesta-a-ganar-participacion-en-el-menu-local-colombiano/>

[Consultado el 23 de septiembre de 2020]

Howard, (2018) ¿cuánta comida rápida consumen en Estados Unidos? Esta es la respuesta En:

<https://cnnespanol.cnn.com/2018/10/04/comida-rapida-estados-unidos-consumo-cuanta-respuesta/>

[Consultado el 7 de septiembre, 2020]

Kundera, afirma “La cultura es la memoria del pueblo, la conciencia colectiva de la continuidad histórica, el modo de pensar y de vivir.”

Lánzate y viaja, (2018) El top de las mejores comidas típicas de la Región Amazónica para probar este 2020 En:

<https://lanzateyviaja.com/region-amazonica/comidas-tipicas>

[Consultado el 23 de septiembre de 2020]

Martínez, (2018) ¿Está en riesgo la comida típica colombiana? En:

<https://www.elspectador.com/cromos/gastronomia/esta-en-riesgo-la-comida-tipica-colombiana/>

[Consultado el 7 de septiembre de 2020]

Noticias ya.(2019) estos son los 10 países más obesos del mundo En:

[https://noticiasya.com/2019/01/17/estos-son-los-10-paises-mas-obesos-del-mundo/#:~:text=Citando%20a%20sitio%20web%20ValueWalk,Nueva%20Zelanda%20\(30.7%25\)](https://noticiasya.com/2019/01/17/estos-son-los-10-paises-mas-obesos-del-mundo/#:~:text=Citando%20a%20sitio%20web%20ValueWalk,Nueva%20Zelanda%20(30.7%25))

[consultado el 7 de septiembre, 2020]

Odette,(2012) El sancocho costeño En:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-88862012000200018

[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Pérez, (2018) Región Caribe: ubicación, características, cultura, gastronomía En:

<https://www.lifeder.com/caracteristicas-region-caribe-colombia/>

[Consultado el 8 de septiembre de 2020]

Vive Amarillo, (2020) 5 platos típicos de la Región Pacífica que no te puedes perder En:

<https://www.viveamarillo.com/comida/5-platos-tipicos-de-la-region-pacifica-que-no-te-puedes-perder>

[Consultado el 8 de septiembre de 2020]