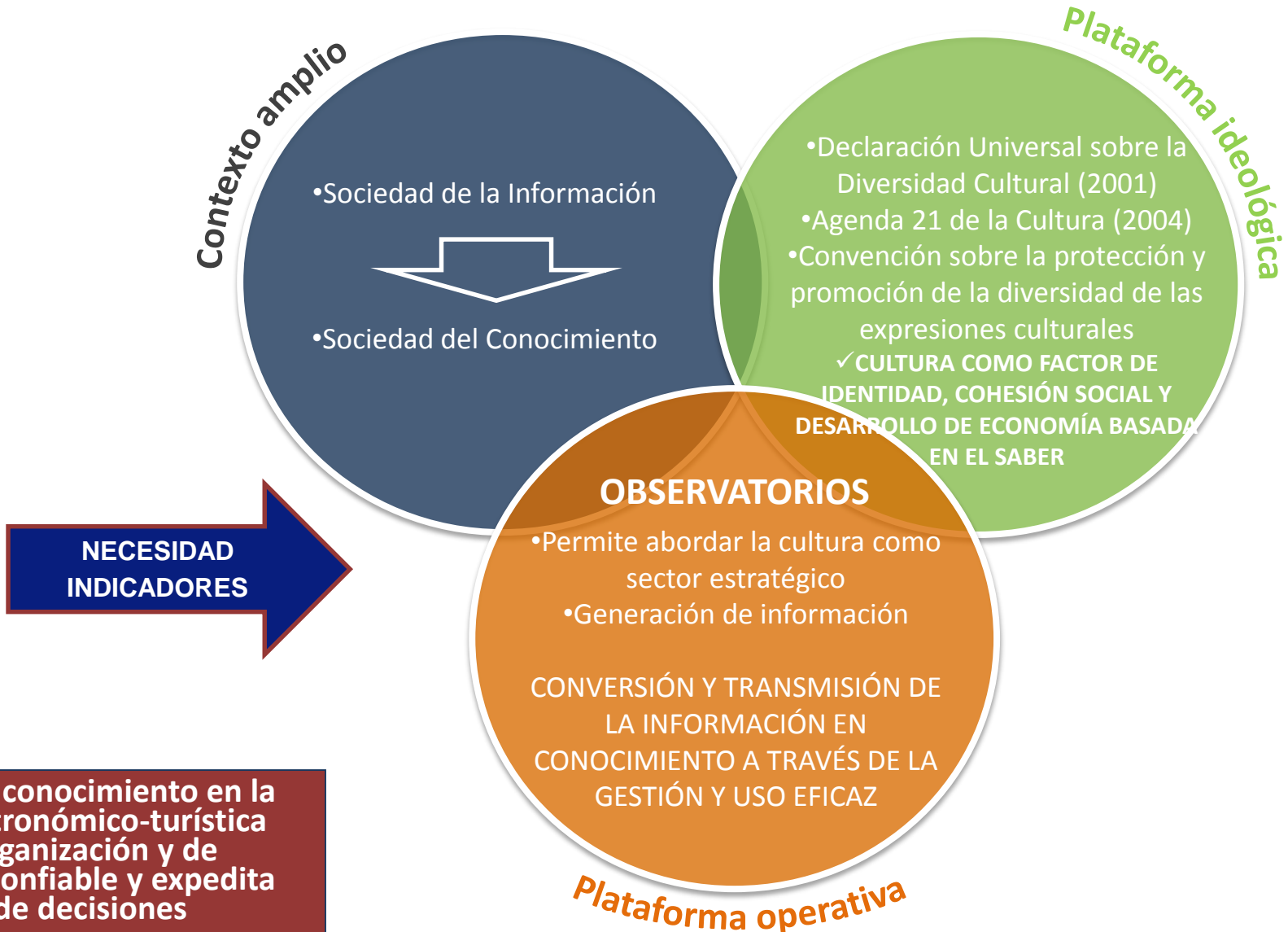


# Observatorio Gastronómico del Estado de México



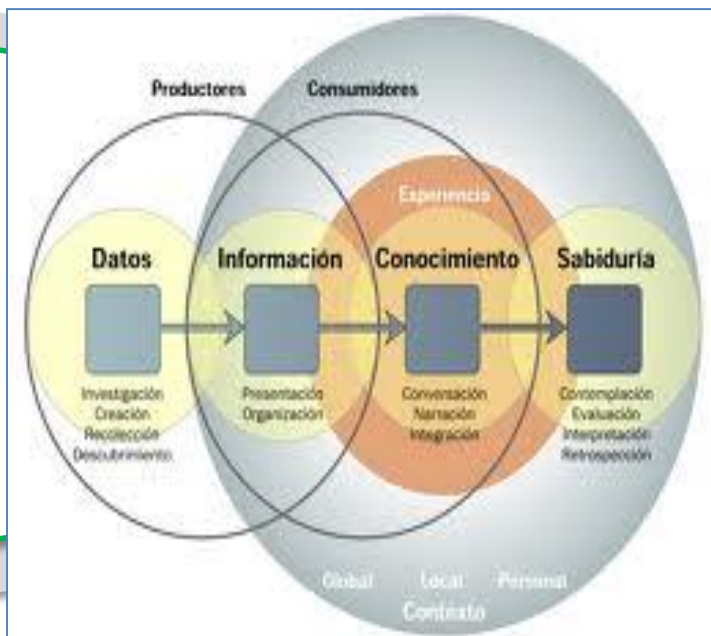
Junio 2014

## Observatorio en el marco de la sociedad contemporánea



## Observatorio, Ciudadanía y Sociedad de la Información

- Generadores de información (**tecnoesfera**)
- Consumidores de información (**socioesfera**)
- Intermediarios de la información y la vuelven accesible (**infoesfera**)



- Se pretende que el Observatorio se constituya en una **tecnoesfera** e **infoesfera**



## + Estructuración



### TURISMO

Desde 2009 existe Comité Técnico de Estadísticas (SECTUR):

- ✓ Estadística básica perfil turista internacional, alojamiento, transportación, actividades culturales y recreativas
- ✓ Estadística derivada Cuenta Satélite (oferta y utilización, consumo turístico, cuentas de producción, personal ocupado y formación bruta de capital fijo)

Información cuantitativa

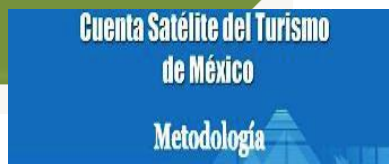
Información macro

### GASTRONOMÍA

- ✓ Existe información que dé cuenta de ella
- ✓ Aparece en los documentos de manera tangencial
- ✓ Se ubica como un servicio del “producto turístico”
- ✓ Tiene estatus marginal dentro del Turismo Cultural
- ✓ Subsumida al giro de los Restaurantes

Información cuantitativa y cualitativa escasa

Información relativa a higiene



## - Estructuración



### Observatorios Turístico-Gastronómicos

### Observatorios Culturales

Observatorio Turístico de Guanajuato (2009)

- Observatorio Turístico del Perú
- Observatorio Turístico de Lanús (Arg)
- Observatorio Turístico de Guadalajara (en proyecto)
- Observatorio Turístico de QR (en proyecto)
- España:
  - Observatorio del Consumo y Distribución Alimentaria
  - Observatorio Gastronómico de la Tabacalera
  - Observatorio del Mar
  - Observatorio Agroalimentario de precios de Cataluña
  - Observatorio Español del mercado del vino

- ORGANIZACIONES CIUDADANAS
- SECTOR EMPRESARIAL

- UNIVERSIDADES
- INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Chile)
- Observatorio Cultural con Orientación Bibliotecológica y Promoción de la Lectura (Arg)
- Observatorio Cultural de Buenos Aires (Arg)
- Observatorio de Cultura Urbana de Bogotá (Col)
- Observatorio OIC (Arg)
- Observatorio de Política Cultural de Sao Paulo (Bra)
- Sistema de Información Cultural (Mex)
- Observatorio de Políticas Culturales UACM (2011)

Observatorio de la Alimentación UAM (2014)



**Predominan en Europa, organizaciones ciudadanas, enfocados a un producto, dirigidos a la promoción**

• Los **observatorios culturales** cobran sentido ante el papel creciente de la información, ante la necesidad de toma de decisión para la generación de programas, planes y políticas así como de desarrollar un sistema de indicadores

## PARTICIPACION AGENTES PROMOTORES EN LA GENERACION DE INFORMACION

### PÚBLICO

**PARA QUÉ:**

- Toma de decisión pública, Informa

**QUÉ MIDE:**

- Participación ciudadana, programas (salud, turismo, economía)

**AGENTE:**

- Instituciones de Gobierno

**TIEMPO ACTUACION**

- Corto y Mediano plazo

### SOCIAL

**PARA QUÉ:**

- Transformación, cambio condiciones

**QUÉ MIDE:**

- Proceso social

**AGENTE:**

- Organizaciones ciudadanas

**TIEMPO ACTUACIÓN**

- Mediano-largo plazo

### ACADÉMICO

**PARA QUÉ:**

- Comprender, investigar, formar

**QUÉ MIDE:**

- “Todo”

**AGENTE:**

- Universidades

**TIEMPO ACTUACIÓN**

- Largo plazo

### PRIVADO

**PARA QUÉ:**

- Vender, rentabilizar

**QUÉ MIDE:**

- Consumo

**AGENTE:**

- Empresas

**TIEMPO ACTUACIÓN**

- Coyuntura



**CAMPO  
PROBLEMÁTICO**

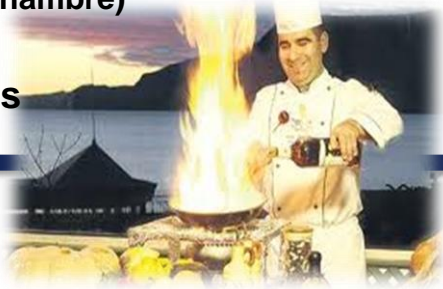
**NIVELES DE  
INTERVENCIÓN**

- ↑ Gastronomía como bien patrimonial
- ↑ Gastronomía turística
- ↑ Productos alimenticios industrializados (encuesta)
- Seguridad alimentaria (cruzada contra el hambre)

- Registros, catálogos de alimentos tradicionales, prácticas, caracterizaciones
- Consumos
- Empleo e ingreso
- Mercado, segmentos

- DIFUSIÓN Y VINCULACIÓN
- DOCENCIA Y FORMACION
- GESTIÓN DE INFORMACIÓN INVESTIGACIÓN

**Nuevos productos**



**AGENTES  
PROMOTORES**

**Instituciones  
Gubernamentales**

**Universidades**

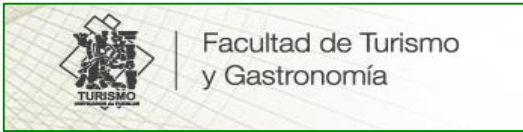
**Sector empresarial**

**Organismos Internacionales**

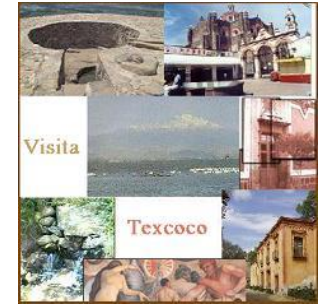
**Organizaciones ciudadanas**

## MARCO INSTITUCIONAL DEL OBSERVATORIO

Turismo y Educación



- **DOCENCIA:**
  - Licenciatura
  - Posgrado
  - Actualización profesional
- **INVESTIGACIÓN**
  - Diversas temáticas (epistemología del turismo, sustentabilidad, gastronomía)
- **CONSULTORÍA**
  - Instituciones públicas y empresas



Estudios Turísticos



Cuerpo Académico "Alimentos, Cultura y Sociedad"

## Objetivo General

**Constituir** una plataforma de producción, almacenamiento, intercambio y difusión de información relacionada con la actividad gastronómica en el Estado de México con el fin de contribuir a la generación y aplicación del conocimiento dentro del sector público, empresarial y académico relacionado con el ámbito de la cultura alimentaria



## Objetivos específicos

- **Generar** estadísticas e indicadores para la evaluación y activación de la gastronomía como recurso económico y cultural
- **Producir y facilitar** información útil, actual y pertinente para los diversos sectores involucrados en el sector gastronómico

# ¿Para qué?



## 1. Construcción de conocimiento

- Toma de decisiones informada
- Diseño de indicadores para seguimiento y evaluación de la actividad gastronómica
- Conocimiento profundo del sector gastronómico-cultural
- Reconocimiento del sector gastronómico y de sus agentes
- Potencialización de actividades, productos y servicios en el ámbito gastronómico
- Identificación de nuevos nichos de mercado gastronómico, cultural y turístico
- Generación de Políticas Públicas enfocadas a la gastronomía turística



## 2. Acciones Aplicadas



## 3. Visualización de Tendencias

## Lineas de intervencion

• Valoración significativa



• Aporte al campo disciplinario  
• Aporte a la investigación básica



• Valoración formal



• Valoración funcional



• Aporte al conocimiento aplicado  
• Turismo  
• Industria alimentaria



➤ Desde su orientación académica y social, el Observatorio Gastronómico del Estado de México se orienta a la temática de la cultura alimenticia y, en específico, dese dos entradas: como bien y como recurso patrimonial

## TIPO DE ESTUDIO

Estudio sobre la aceptación y preferencia de licores artesanales producidos en el Valle de Toluca.

Caracterización fisicoquímica y sensorial de licores de frutas tradicionales del Estado de México

JUSTIFICACION. Producto que envuelve una amplia tradición, usa ingredientes locales, se produce de manera semi-artesanal, está en peligro de desaparecer y en sus procesos de elaboración existe una veta tecnológica concerniente el añejamiento del producto en barrica de roble

Estudio regional: Toluca, Metepec, Calimaya y Tenango del Valle

### Metodología

- **Caracterización olfatométrica y sensorial de los compuestos responsables de aroma en licor artesanal de manzana**

### Aporte campo disciplinario

- **Autenticidad y unicidad de producto patrimonial**

### Aplicación práctica

- **Autenticidad y unicidad del producto patrimonial**
- **Certificaciones, denominaciones de origen**



## TIPO DE ESTUDIO

Estudio sobre la preferencia de tres tipos de mole rojo (casero en polvo, pasta y Doña María en pasta) a través de una prueba afectiva de preferencia.

Estudio de sabor entre un café elaborado con Nescafé clásico y otro con Nescafé molienda mediante el uso de una prueba discriminativa triangular

Estudio sobre el sabor de Coca-Cola Original y Coca-Cola Zero, por medio de una prueba sensorial pareada

## Metodología

- Evaluación sensorial



## Aporte campo disciplinario

- Estudios de marketing de la alimentación

## Aplicación práctica

- Consumo de alimentos industrializados

## TIPO DE ESTUDIO

Mapeo, registro y caracterización de la oferta y consumo gastronómico de la ciudad de Toluca orientado al turismo.

JUSTIFICACION. No existe una georreferenciación del municipio de Toluca centrado en la oferta gastronómica orientada al turismo, lo cual resulta relevante debido a que se han encontrado correlaciones entre la geografía, los habitantes y aspectos tales como gasto, factores de localización y acceso

## Metodología

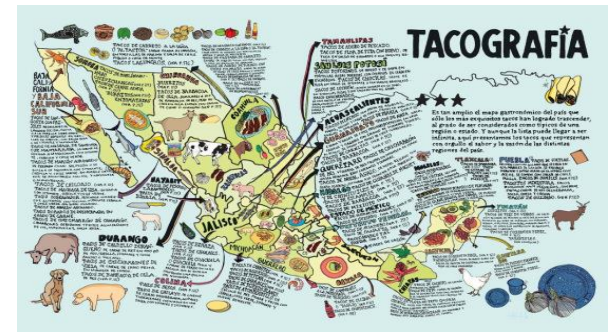
- Georreferenciación de la oferta y consumo de Productos Alimenticios Industrializados en la Ciudad de Toluca
- Encuestas
- Etnografías

## Aporte campo disciplinario

- Geografía del márketing

## Aplicación práctica

- Generación de mapas, estadísticas y consumo gastronómico turístico



# Observatorio Gastronómico del Estado de México

## INTEGRANTES

Investigadores con perfil interdisciplinario y máximo nivel académico

- Andrés López Ojeda. Doctor en Ciencias Antropológicas (UAM)
- Dra. Verónica Daniela Barrera García. Doctora en Ciencias de los Alimentos (Universidad de la Borgoña, Francia)

- Héctor Javier Favila Cisneros. Doctor en Antropología Física (ENAH)
- Felipe Carlos Viesca. Doctor en Administración (Uiberoamericana)
- Baciliza Quintero Salazar. Doctora en Biotecnología (UNAM)

## ACCESO

La información que genera el Observatorio es pública y dirigida a los distintos grupos de interés: empresarios, instituciones públicas, académicos, estudiantes

## PLATAFORMA

La Universidad Autónoma del Estado de México cuenta con dos revistas dentro del portal institucional, pero el Observatorio tendrá salida a través de la **Revista Culinaria**