

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

OBSERVATORIO CULTURAL URBANO MIRAFLORES: GASTRONOMÍA INTERNACIONAL

Autor.-
María Paula Pozo Pera

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social con mención en
Marketing y Gestión Empresarial

Guayaquil, Enero del 2013

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

OBSERVATORIO CULTURAL URBANO MIRAFLORES: GASTRONOMÍA INTERNACIONAL

Autor.-

María Paula Pozo Pera

DOCENTE INVESTIGADOR
Eduardo Albert Santos

ASESOR TEMÁTICO
Carlos Tutivén Román

CO-INVESTIGADOR
Camila Carrión Lasso

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil, Enero del 2013

Abstract

Esta es una investigación realizada en la ciudadela Miraflores ubicada al Noroeste de la ciudad de Guayaquil. Este proceso duró alrededor de siete meses, en los cuales se hizo observación de campo (participativa y no participativa) y entrevistas a profundidad.

En este trabajo se detalla la estética, narrativas y visualidades de tres restaurantes de comida internacional de la ciudadela Miraflores:

- Guayacali
- Mirando al Sur
- La Espiga Argentina

Mediante la investigación se logró conocer a cada uno de los dueños, saber porque vinieron, así como que los incentivó a poner un restaurante en Miraflores, zona de crecimiento comercial sobre todo en el área de la gastronomía.

Por medio de esta investigación podemos darnos cuenta de cómo otras culturas, gracias a la inmigración que existe en Guayaquil, puede mezclarse con la nuestra creando una hibridación de platos, de decoración, entre otros.

Para poder visualizar todo lo investigado se realiza una cartografía urbana el cual se subirá a una página web bajo el nombre de OCU, Observatorio Cultural Urbano. Haciendo que diferentes personas interesadas en la cultura guayaquileña la conozcan.

1. Índice

Abstract	2
1. Índice	3
2. Prólogo	5
3. Declaración del Propósito	10
4. Introducción	13
5. Revisión de la literatura	15
6. Objetivos	21
6.1 Objetivo General	21
6.2 Objetivos Específicos	21
7. Metodología de la Investigación	23
7.1 Diseño de Investigación	23
7.2 Operativización de las variables	25
7.3 Tipo de Análisis	25
7.4 Unidades de análisis	26
7.5 Técnicas de investigación	27
7.5.1 Observación	27
7.5.1.1 Observación participante	28
7.5.1.1 Observación no participante	28

7.5.2	Entrevistas semi-estructurada	28
7.5.3	Sondeos	28
7.6	Resultados	29
7.6.1	Codificación:	29
7.6.1.1	¿De dónde vengo?	29
7.6.1.2	“Cositas aquí, cositas de allá” (que se ofrece)	32
7.6.1.3	“Es hacer nuestro propio país” (estética)	35
7.6.1.4	“Aquí no hay competencia”	39
7.6.1.5	Que pasa aquí	40
7.6.1.6	El público	43
7.6.1.7	Dónde y a qué hora me encuentras	45
8.	Proyecto.....	46
8.1	Objetivos del proyecto	46
8.2	Ejecución del proyecto.....	48
9.	Sistematización de la Experiencia	49
10.	Conclusiones y recomendaciones	53
10.1.	Conclusiones.....	53
10.2.	Recomendaciones	55
11.	Anexos	56
12.	Bibliografía	66

2. Prólogo

El Observatorio Cultural Urbano se lleva a cabo mediante una cartografía realizada en la ciudadela Miraflores, en donde se buscó los rasgos más representativos del sector. Se indagó en las narrativas, prácticas, estéticas.

La investigación que se realizó fue exploratoria, se buscaba conocer que es Miraflores y sus referentes más destacados. Esta primera etapa fue realizada de manera grupal por nueve integrantes (tesistas de la Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera), más el respectivo Docente Investigador.

El objetivo era recaudar la mayor información posible sobre Miraflores, conocer los lugares más frecuentados, las personas que vive en el sector, quienes trabajan, porque van a Miraflores, cual es su atractivo principal, si existe algún personaje que todos identifican.

Toda la información que se obtuvo forma parte del inicio de una nueva investigación más profunda de un tema específico.

Los métodos que se utilizaron para obtener la información necesaria de este estudio fueron: encuestas a los moradores de Miraflores, dueños de locales, observaciones de campo, investigación participativa, entrevistas, videos y fotos.

La investigación fue 100% de campo, se pasó varios meses esta zona buscando rituales, tribus urbanas, actividades, haciendo perceptible la ciudad invisible y diferentes miradas del sector.

Al concluir este estudio de Miraflores nos percatamos que ciertos temas no pudieron ser abarcados como objeto de estudio, ya sea por la falta de información, porque carecían de mirada antropológica o por no cumplir el objetivo que es construir una cartografía urbana completa.

Algunos de los datos más relevantes que se encontró durante los sondeos que se realizaron en Miraflores son:

- **La mayoría personas que habitan el sector son adultos mayores.**

“ya esto es como un asilo, se encuentra puro viejo aquí, todos los jóvenes se fueron a Samborondón, Ceibos”

César Navarrete, morador, 52 años

“yo vivo aquí porque estoy acompañando a mi mamá, ella no se quiere ir de aquí, pero si no ya hace me hubiera ido”

Flor, moradora, 43 años

- **No se encuentran niños en las calles jugando.** (observación realizada entre los meses de julio a septiembre 2012)

- **Entre los vecinos no son amigos, la mayoría solo se saluda por educación.**

“antes se vivía una vida de barrio, mis hijos jugaban pelota con los vecinos aquí afuera”

Enrique Coral, morador, 82 años

“yo saludo a mis vecinos por educación pero no sé ni cómo se llaman, y solo los saludo si no tengo otra opción, si no me hago la loca”

Natalia Serratore, moradora, 23 años

- **El comercio ha incrementado notablemente después de la regeneración urbana.**

“antes era más tranquilo aquí, pero luego se puso un local, al lado el otro, y así se fue llenando, se puso full esta calle, siempre fue movida, pero más después de la regeneración”

Anónimo, habitante del sector

- **Los locales de comida tienen buena acogida por la calidad percibida.**

“recibimos un promedio de 150 clientes diarios, los fines de semana recibimos hasta 300, todo los días del año trabajamos, el único día que se descansa es el 1 de enero.”

Lisette, dueña de Don Chuzo

“como somos nuevos relativamente recibimos unos 70 clientes diarios, los días más movidos, hasta 120”

Lucía Quinteros, dueña de Guayacali

“yo si me pego el viaje de Samborondón a acá por La Espiga, yo no he encontrado otro lugar que preparen así la carne, en ninguno”

Priscilla Cárdenas, 23 años

- **A la iglesia asisten personas que viven en Miraflores, como personas que no viven en el sector, algunos solo van por la devoción al santo (San Judas Tadeo).**

“yo vengo todos los domingos a misa con mi mamá, si alguna vez no puedo venir la acompañan alguno de mis hijos”

Andrea Merino, moradora, 53 años

“desde pequeña mi mamá me traía los 28 de cada mes, por el día de San Judas Tadeo, ya se me hizo costumbre y siempre vengo con mis hijas”

Patricia Castro, 47 años

- **Locales de servicios que han sobrevivido en Miraflores**

“desde que tengo 23 años vengo a hacer arreglar los zapatos aquí, como vivo en ceibos siempre pasaba por esta calle y veía el letrero, y ya no me tenía que ir al centro, meterme en tráfico ni nada”

Marjorie Basantes, 56 años

Es en este punto donde se divide la investigación en varios temas, procurando englobar toda la ciudadela

Después de definir los temas, cada miembro escogió un tema en el cual desarrollara su proyecto a profundidad y detalladamente. La temática que seleccione para mi estudio es La importancia de los centros recreacionales, mi estudio se concentrara dentro de las paredes de la liga infantil de Miraflores y Fedeguayas en la ciudadela de Miraflores.

Los temas en los que se divide la tesis son:

- El día a día en Miraflores
- Gastronomía Nacional
- Gastronomía Internacional
- Servicios tradicionales
- Comercialización de productos
- FedeGuayas y Liga Miraflores
- Honorato Haro y Skaters

3. Declaración del Propósito

Mediante esta investigación se busca realizar una cartografía urbana de las prácticas culturales, visualidades y narrativas que se tiene de la ciudadela Miraflores a partir de los restaurantes de comida internacional.

Se analizaron los restaurantes de comida internacional que se encuentran en Miraflores, la percepción que tienen los dueños de Miraflores como sector comercial, porque se ubicaron en la ciudadela, cuáles es su origen (de qué país provienen), cuantos años tienen establecidos en este sector, que actividades de entretenimiento realizan (conciertos, celebraciones, entre otros) y que factores sociales y urbanísticos han afectado los restaurantes de comida internacional.

Se examino la percepción de los consumidores de los restaurantes de comida internacional de Miraflores, se indagará en la apreciación de la ciudadela, cuál es el motivo por el que asisten, con qué frecuencia concurren a este lugar; así como la percepción que se tiene de la ciudadela.

La investigación que se realizó es una Investigación Exploratoria Descriptiva, como indica Hernández, Fernández y Baptista, busca analizar como es y cómo se manifiesta un fenómeno; conocer los componentes de un fenómeno

(las variables que intervienen). (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2003)

Se describirá cómo son los restaurantes de Miraflores, el origen, las raíces, la comida, los clientes, los dueños, el crecimiento que ha tenido, y sobre todo porque buscaron este sector para ubicarse.

En cuanto a los consumidores se investigará el perfil de los clientes, la frecuencia y horario en la que asisten al restaurante, y cual fue medio por el que conocieron dicho restaurante (publicidad).

Se indagará también a que otros lugares de Miraflores asisten (restaurantes, iglesia, eventos sociales, casas de amigos/familia, para adquirir servicios varios, entre otros), y con qué frecuencia pasan por la ciudadela.

Con esta información se realizará un proyecto para mostrar los restaurantes más destacados de gastronomía internacional que se encuentran en la ciudadela de Miraflores.

El diseño escogido para llevar a cabo esta investigación se han escogido tres unidades de análisis:

Dueños de locales: a quienes se los entrevistará para conocer la historia del restaurante, conocer las raíces, el tipo de comida que ofrece, como ha sido modificada (si es el caso) para el mercado ecuatoriano, el crecimiento que ha tenido en el tiempo; y sobre todo conocer el motivo por el que escogieron este sector (Miraflores) para poner su local.

Clientes: se realizará una observación a los clientes para conocer la forma de consumo, conocer el perfil de cada restaurante, las horas en las que asisten. Además se realizará un sondeo con el cual se pretende conocer la percepción del sector, así como de los restaurantes de comida internacional que encontramos.

Restaurantes: se realizará observación para analizar los elementos que utilizan para la decoración del lugar, el diseño: del logo, de las estructura, el menú, el uniforme de las/os meseras/os; las costumbres (en caso las tuviera), como es la atención al cliente.

Es necesario para poder entender el estudio conocer las siguientes variables:

- Estética
- Consumo

Los límites trazados para poder realizar este estudio únicamente en los restaurantes de comida internacional de la avenida principal de la ciudadela Miraflores (Av. Adolfo Alvear Ordoñez).

4. Introducción

El Observatorio Cultural Urbano es un proyecto antropológico, se ha realizado desde el año 2010 como parte del Proceso de titulación. El OCU (Observatorio Cultural Urbano) tiene como objetivo investigar, estudiar y visibilizar las dimensiones antropológicas, sociológicas, estéticas y culturales que muestran otras perspectivas de Guayaquil como ciudad, para poder dibujar otras ciudades

Con este proyecto se espera evidenciar “las cosas más comunes”, lo que se ha hecho invisible a nuestros ojos, lo que nos hace diferentes o parecidos a los habitantes de otras urbes latinoamericanas. (Ayala, y otros, 2012)

El OCU cuenta con una plataforma virtual donde se evidencia un reporte completo de la idiosincrasia y ocurrencia de lo que muchos han denominado “viveza criolla”. Se busca ir completando las categorías, de este sitio web, con nuevas exploraciones y descubrimientos que se puedan hacer en diferentes zonas de la ciudad; de esta manera incrementar el contenido.

La cartografía urbana de Miraflores a demás de registrar y levantar un mapa simbólico de la gastronomía, las visualidades y las narrativas de este "lugar antropológico".

La Cartografía de Miraflores es un pedido del departamento de vinculación de la UCG, es un estudio cualitativo que tiene como finalidad de elaborar unas políticas culturales que animen relaciones de inclusión y participación de la Universidad con la colectividad donde se haya insertado, abonando a los conceptos de responsabilidad social que está desarrollando la Universidad, como el de ciudadanías culturales que desarrolla el Observatorio.

Se busca desarrollar este proyecto abarcando varios puntos de vista tales como: económico, cultural, gastronómico, comercial, costumbres, tradiciones y creencias; revisando la memoria de los comerciantes por medio de entrevistas y sondeos.

Es por esto que esta tesis está focalizada en los restaurantes de comida internacional que se puede encontrar en Miraflores, investigando en estas, sus prácticas, sus costumbres.

Haremos énfasis en los platos que tienen (oferta) y la hibridación (en los carta) que han implementado para poder llegar a los consumidores. Así como de donde vienen, y por qué decidieron quedarse en esta zona.

Al mismo tiempo que conoceremos por qué en esta ciudadela la parte gastronómica ha incrementado en la calle principal.

5. Revisión de la literatura

“La ciudad no puede pensarse como un espacio vacío, ni un espacio invadido en el que se aglomera un número indeterminado de individuos o una masa (...)” (Henao-Delgado, 1996) es decir, la ciudad es un conjunto de todos, conformado por el valor cultural y antropológico que tiene cada uno de aquellos que forma parte de la ciudad.

Guayaquil es una ciudad extremadamente comercial debido a su condición de puerto, por lo que acoge varias etnias de todo el mundo. Su gran poder comercial lo convierte en un punto de encuentro de individuos en búsqueda de una mejora notable en su calidad de vida, llegados de varios países.

Esta capital comercial depende del intercambio cultural inevitable que en ella se efectúa, aquí emergen un sin número de fenómenos antropológicos debido a este intercambio.

“Vivimos un proceso de transformación política, económica y cultural en todo el mundo. La mundialización ocurre de forma desigual e de manera diferenciada en los países. Ella rompe con los espacios, rompe con las fronteras y no permite que se pueda determinar los límites de cada pueblo o de su cultura. La inserción social se queda más y más compleja, por las nuevas tecnologías

surgidas, nuevos procesos de producción y hasta la mecanización del campo.”
(Rodríguez Corner, 2009)

“La extensión de lo urbano y la afectación que hace de las formas como la gente se relaciona cotidianamente en el mundo han introducido verdaderas revoluciones en los ámbitos culturales de las otras formas de pensamiento y concepciones del hombre en si” (Barbero, 1996)

“La cultura debe ser entendida como toda aquello que caracteriza a la población humana. No se puede analizar la cultura de forma fragmentada, con todos los aspectos de una realidad social distinta, refiriéndose a las fiestas, ceremonias tradicionales, leyendas, creencias, modos de vestir, comidas, idioma”
(dos Santos & Oliveira Antonini, 2003)

En estos días tenemos acceso a cada vez más información, debido al acelerado progreso de la globalización, por lo que podemos conocer la cultura de otros países.

La emigración es el acto de dejar el espacio físico habitual, de lo que el hombre ya se sentía arraigado, es decir, su país, su casa, sus costumbres.

“La cultura a la cual pertenece hace parte de un territorio propio, con fronteras propias, muy bien definidas en mapas, además posee una identidad propia, costumbres, lenguas y creencias.” (Rodríguez Corner, 2009)

La migración a causado que Guayaquil este lleno de comerciantes informales, personas que vienen de provincias o incluso de otras naciones,

quienes transitan por un espacio que ha evolucionado con un desarrollo arquitectónico durante los últimos años tratando de hacer ciudad, de vivirla diseñando estrategias a partir de lo que la misma les ofrece.

Debido a la cantidad de migrantes que encontramos en esta ciudad, donde habitan personas de diferentes culturas y países tenemos mayor acceso a comida de diferentes lugares del mundo. Día a día la oferta gastronómica en la ciudad de Guayaquil crece.

La demanda de lugares de entretenimiento y recreación es mayor en estos días, para muchos migrantes ha sido una opción poner un restaurante con comida típica de su país, de esta manera ofrecen un lugar innovador y diferente donde se puede socializar.

Como comenta Marcelo Álvarez “la alimentación humana es un acto social y cultural donde la elección y el consumo de alimentos ponen en juego un conjunto de factores de orden ecológico, histórico, cultural, social y económico ligado a una red de representaciones, simbolismos y rituales” (Comisión para la preservación del PATRIMONIO HISTORICO CULTURAL de la ciudad de Buenos Aires, 2005), alimentarse además de saciar una necesidad biológica, es también un espacio para socializar; en este se establece un conjunto de procesos sociales, en los que se expresa las diferentes costumbres que se tiene al comer.

Hoy en día antropólogos se encuentran estudiando los comportamientos existentes centrados en la comida, cuales son las prácticas de cada uno al

momento de comer. Como sirve de alguna manera “la comida” para relacionarte y socializar con las personas. (Mintz, 2001) Traducción libre del autor

Como afirman en su libro Kaplan y Carrasco, “la alimentación pertenece, por una parte, a un ámbito privado y cotidiano de todos los seres humanos y, por la otra, traduce rasgos inconfundibles en lo que se refiere también a la posición social de los grupos en relación a la estructura social de la que forman parte. La cultura alimentaria, pues, merece ser estudiada por estas razones: porque nos puede hablar del tipo y las condiciones de inserción de un grupo en la sociedad más amplia”. (Kaplan & Carrasco, 1999)

Zafra afirma en su tesis que para muchas personas, la selección de alimentos y la preparación de las comidas es el criterio básico de sus preferencias y gustos personales, únicamente consumen lo que satisface su paladar, mima sus sentidos y son identificados como tales. Los valores que impregnan la cultura alimentaria contemporánea son salud, estética y hedonismo. (Zafra Aparici, 2007, pág. 38)

El desempeño no es un acto aislado, este “constituye en una trama donde el hombre biológico y el hombre social están estrechamente ligados y recíprocamente comprometidos. En este acto interviene un conjunto de condicionamientos múltiples unidos mediante complejas interacciones.” (Comisión para la preservación del PATRIMONIO HISTORICO CULTURAL de la ciudad de Buenos Aires, 2005)

“El acto de comer es un comportamiento que se desarrolla más allá del mero objetivo de la nutrición, en tanto además sustituye, resume o señala otras prácticas. En este sentido, puede decirse que constituye un “signo” de cada circunstancia social (sea trabajo, festividad, ocio, deporte, etc.). Al articular situaciones con unas determinadas expresiones alimentarias, éstas también se constituyen en una forma simbólica de comunicación con los otros (padres, familias, conjuntos sociales mayores como el barrio, la localidad, la nación).” (Comisión para la preservación del PATRIMONIO HISTORICO CULTURAL de la ciudad de Buenos Aires, 2005)

Los hábitos alimenticios suelen cambiar cuando crecemos, pero la memoria y el aprender el peso de la alimentación, algunas formas de vida a través de lo aprendido permanecen, tal vez para siempre, en nuestra conciencia, tal como testimonia Madeleine de Proust. (Mintz, 2001)

Mintz indica en su estudio que los productos que Mc Donalds vende y lo que compra la gente no es necesariamente lo mismo. Esto logra que la empresa tenga éxito financiero. El hecho de que muchas personas, en las sociedades, están dispuestas a probar alimentos radicalmente diferentes es una prueba de que las conductas relacionadas con la alimentación a veces pueden ser más flexibles y la mayoría de todos los hábitos arraigados. (Mintz, 2001)

En la convivencia multicultural, la cocina es considerada uno de los símbolos más emblemáticos y reveladores de nuestras sociedades, esta ha permitido que podemos leer y aproximarnos a manifestaciones culturales que

deben ser vistas en relación al contexto social. La cocina es un hábito portable, el cual es llevado a otras realidades y siempre estará presente cada día

Como Álvarez indica en su texto “a través de la comida el sujeto traza cartografías de comportamiento, simbolismos y rituales, normas de aceptación o evitación, modos de jerarquía y alcance de funciones. Por ejemplo, en el terreno de la religión y la etnicidad los hábitos alimentarios se convierten en marcadores dramáticos de la diferencia: lo que se come establece quién se es y quién no se es respecto de un grupo.” (Comisión para la preservación del PATRIMONIO HISTORICO CULTURAL de la ciudad de Buenos Aires, 2005). En este momento (de alimentarse) existe un complejo proceso en el que se incluye la cultura, costumbres y tradiciones de cada persona, en este se encuentra que cada uno cuenta con un protocolo, su manera de hacerlo.

En mucha ocasiones la comida muchas tiende a recibir un nuevo significado, sobre todo en el caso de la migración ya que permanece en la memoria de las migrantes. La comida es un símbolo de sus raíces, de donde vienen. En reuniones con inmigrantes (del mismo país) la comida tiene un valor especial, el valor de pertenencia, de memoria del grupo étnico al que pertenecen. (Rodríguez Corner, 2009)

6. Objetivos

6.1 Objetivo General

Conocer las prácticas, visualidades y narrativas de los restaurantes de comida internacional que se encuentran en la calle principal (Av. Adolfo Alvear Ordoñez) de la ciudadela Miraflores

6.2 Objetivos Específicos

1. Explorar las narrativas de los restaurantes de comida internacional ubicada en la Av. Adolfo Alvear Ordoñez en la ciudadela Miraflores.
 1. Conocer las narrativas desde el punto de vista de los dueños.
 2. Conocer la historia de los restaurantes de comida internacional según las memorias de los dueños.
 3. Indagar en la perspectiva que tienen los clientes frecuentes de los restaurantes de comida internacional de Miraflores.
 4. Investigar cómo se sienten los moradores de la ciudadela Miraflores con respecto a los restaurantes de comida internacional de Miraflores.
2. Explorar la estética de los restaurantes de comida internacional ubicada en la Av. Adolfo Alvear Ordoñez en la ciudadela Miraflores.
 1. Analizar la estética del local
 - i. Muebles

ii. Paredes

iii. Elemento decorativos

2. Analizar el uniforme de los empleados.

3. Analizar los elementos que componen el menú.

4. Describir la vajilla utilizada así como la presentación de los platos

3. Explorar las prácticas de los restaurantes de comida internacional ubicada en la Av. Adolfo Alvear Ordoñez en la ciudadela Miraflores.

1. Conocer las prácticas culturales de los clientes frecuentes de los restaurantes de comida internacional.

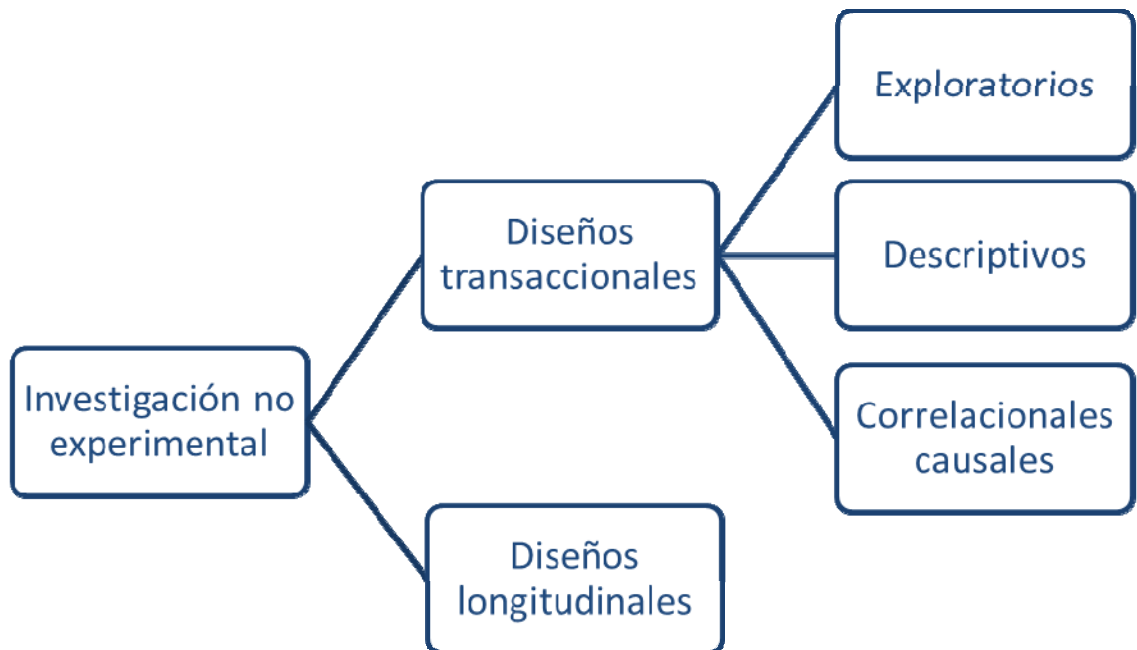
2. Indagar en las anécdotas de los empleados más antiguos de los restaurantes de comida internacional.

3. Conocer las prácticas que los dueños de los restaurantes de comida internacional realizan dentro de ellos.

7. Metodología de la Investigación

7.1 Diseño de Investigación

Esta investigación se ha centrado en analizar los restaurantes Internacionales de la ciudadela Miraflores, el diseño escogido es no experimental ya que “no hacemos variar en forma intencional las variables independientes... no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos se observan en su ambiente natural”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2003)



Fuente: Metodología de la Investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2003)

La primera fase fue exploratoria-transaccional, este periodo “servirá para saber cómo se ha abordado la situación de investigación y le sugerirán preguntas que puede hacer” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003), esta investigación es el preámbulo de la siguiente periodo, gracias a esta investigación se conoció Miraflores como comunidad, así como su atractivo principal.

Con estos antecedentes se procede a la segunda fase, investigación descriptiva, la cual “consiste en describir situaciones, eventos y hechos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno... Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del

fenómeno a investigar.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003).

7.2 Operativización de las variables

- Estética:

“Realmente, tiene que haber mucho de complementariedad entre los dos aspectos, aunque lo importante es que la pieza de más valor de cuanto se exhibe en el local esté siempre en el plato. El público ya sabe dónde están los museos y los grandes monumentos y, aunque no desdeñe que sus panorámicas visuales resulten agradables, al restaurante acude, básicamente, a otra cosa.” (Ansón)

- Consumo:

El consumo gastronómico va más allá del acto de comer, beber o alimentarse, esto significa que los consumidores se adentran en la cultura del lugar donde están comiendo; esto nos acerca y nos ofrece información sobre la personalidad y la cultura del lugar que visitamos (Berga Monge, 2009)

7.3 Tipo de Análisis

El tipo de análisis que se realizó en esta investigación fue cualitativo ya que “lo que busca es obtener información de sujetos, comunidades, contextos, variable o situaciones en profundidad”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2003).

La información cualitativa que se obtuvo es la descripción profunda y completa de la Gastronomía Internacional de Miraflores; se estudiarán interacciones de los personajes involucrados (cliente-mesero, cliente-cliente, cliente-dueño), percepciones (dueños de restaurantes, clientes, empleados), experiencias, actitudes y conductas de los involucrados en el proceso de investigación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2003)

7.4 Unidades de análisis

Para poder realizar esta investigación se ha escogido las siguientes unidades de análisis:

- Restaurantes, se lo investigará como organización, centrando el análisis en el origen, control, jerarquía y cultura.
 - o Guayacali
 - o Espiga Argentina
 - o Mirando al sur.

- Dueños o administradores de Restaurantes, este análisis es sobre los roles de cada uno de los personajes a investigar, de esta manera se tendrá sentido de las prácticas de cada uno de los siguientes individuos:
 - o Lucía Quintero
 - o Luciano Laspina

- María Luisa Monroy

- Consumidores de los restaurantes, se indagará en las prácticas que tienen los clientes, se analizará la conducta de la unidad de análisis dentro de su ambientes.

7.5 Técnicas de investigación

El enfoque que se utilizo para llevar a cabo esta investigación es cualitativo ya que no se busca tener estadísticas, sino más bien conocer personas, experiencias, cultura, percepciones, entre otros, a profundidad.

Para poder realizar este estudio se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- Entrevistas semi-estructuradas.
- Observación participante.
- Observación no participante

7.5.1 Observación

Gracias a esta técnica se logra conocer ambientes, culturas, contextos y aspectos importantes de la vida social; además de comprender los patrones en los que se desarrollan los procesos, relaciones entre personas.

7.5.1.1 Observación participante

Con la observación participante (cliente fantasma) se pudo conocer como era el trato de los trabajadores del lugar hacia los clientes, además de ver y degustar sus productos sin alteraciones o maquillaje.

7.5.1.1 Observación no participante

Esta técnica fue utilizada para estar al tanto del perfil de los consumidores que hay en cada uno de los restaurantes de Miraflores. Se observó aspectos como, la hora en la que llegaban, cuánto tiempo tardaban en comer, cuánto tiempo se quedaban conversando. Si era una salida social o por trabajo.

7.5.2 Entrevistas semi-estructurada

Se utilizó la entrevista para conocer a los dueños de los restaurantes de gastronomía internacional de Miraflores, así como para conocer un poco más de la historia del lugar.

Estas entrevistas se las realizaron basándose en una guía de preguntas, sin embargo el entrevistador, a medida que se iba dando la entrevista, introdujo preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados.

7.5.3 Sondeos

Se usó sondeos para complementar la investigación; con estos sondeos se logró conocer la percepción de los consumidores de los restaurantes en Miraflores, así como la frecuencia con la que asisten a estos restaurantes.

7.6 Resultados

7.6.1 Codificación:

7.6.1.1 ¿De dónde vengo?

7.6.1.2 “Cositas de aquí, cositas de allá”

7.6.1.3 “Hacer nuestro propio país”

7.6.1.4 Aquí no hay competencia

7.6.1.5 ¿Qué pasa aquí?

7.6.1.6 El Público

7.6.1.7 ¿Dónde y a qué hora me encuentras?

7.6.1.1 ¿De dónde vengo?

En esta categoría se describe de donde viene cada uno de los personajes elegidos para hacer la investigación. Se indaga en su historia. Sus recuerdos, su memoria.

Guayacali es el local híbrido más representativo de Miraflores, empezando por el nombre el que es la mezcla de dos ciudades Guayaquil y Cali. En la entrevista a la dueña comento que Guayacali comenzó como una peña en Urbanor, fue inaugurado por sus padres (de origen colombiano). Desde el principio lo que quisieron fue traer lo más significativo, para ellos, de Cali, lo que más

extrañaban; así como lo que más les gustaba de Guayaquil, sobre todo en lo que se refiere a la gastronomía.

Hace un año decidieron a montar el restaurante pero esta vez pensaron “hagámoslo otra vez pero más involucrado a lo que es la comida...”. Buscando el lugar ideal para poner el local llegaron a una casa en Miraflores, el local fue adecuándose a medida que iban creciendo. En este local la dueña ha cuidado cada detalle para que los clientes se sientan en Cali, desde el maniquí que está en la puerta, pasando por los platos, y viviendo la experiencia.

Ella indica el creador es el padre, y que lo que desea es “traer su tierra, lo que nosotros los hijos no disfrutamos o no conocimos de ese lado, y ponerlo a un ladito hacer como hacer nuestro propio país, lo guayaquileño que somos nosotros y lo colombiano que son nuestros padres, ponerlo en un lugar”

Mientras que durante la entrevista la Sra. Monroy, dueña de Mirando al Sur, nos comentó que el motivo por el que puso el restaurante en Miraflores porque ella ya era propietaria de esa villa en Miraflores “mi mamá cuando se murió me dejó en herencia este local y arriba un departamento” (Monroy, 2012); como María Luisa vivía Chile lo tenía arrendado “pero lo tenían hecho un desastre, me pagaban tarde, mal y nunca y yo me di cuenta que o lo arriendo a más precio o lo trabajo yo” (Monroy, 2012). Como se encuentra acompañando a su esposo que vino por trabajo al país, y como tenía tiempo libre decidió poner su propio negocio.

“No es mal negocio el local, pero no me pagaban a tiempo, me decían –ay no tengo plata-. Yo tuve que restaurarlo completito, las cortinas estaban hechas un desastre, estaba cochino, tenía una plaga de cucarachas espantosa, tuve que fumigar tres veces para lograr sacar esos animales, ese señor no tiene aseo” (Monroy, 2012).

La historia de La Espiga Argentina que es relatada, por su actual dueño, Luciano Laspina comienza con “esta historia es un poco singular, ha tenido muchos dueños...” fue creado hace 30 años en la avenida principal de Miraflores, este se inicio como una pequeña panadería/tienda, estuvo abierta por aproximadamente 3 años. Después de este lapso el dueño de ese entonces se percató que la venta de cervezas era más rentable, el aumento en la venta de este producto era progresivo; cada vez venían más personas y se quedaban conversando, “la gente se acumulaba afuera de la tienda” (Laspina, 2012).

La acumulación de los clientes fue el motivo por el cual el ex - dueño decide poner mesas, sillas y vender chuzos, choclos y tacos, sin embargo estos productos se vendían escasamente, La Espiga Argentina comenzó a tener fama de cantina y no de restaurante; además en ese momento la delincuencia en Miraflores comenzó incrementar paulatinamente.

Después de 10 años el ex - dueño decidió remodelar el local; comenzó vender los típicos asados argentinos, cuentan él extrañaba mucho la comida (sazón) argentina, vio ahí una oportunidad de ampliar el mercado, desde entonces el local cambio, en las paredes se veían fotos de cantantes y paisajes argentinos;

letras de tangos y canciones representativas del país, envuelto en un ambiente de (comenzaron a incluir) tangos.

Hace aproximadamente 3 años Luciano Laspina se incorporó como socio principal a La Espiga Argentina, Luciano es amante a la cocina; estudio gastronomía en Argentina.

Desde su ingreso Laspina comenzó a implementar la comida fusión argentino-ecuatoriana esto ha logrado llegar a nuevos nichos, gracias a lo cual ha tenido mayor acogida por el mercado, hoy en día sus ventas han incrementado en un más 30%.

7.6.1.2 “Cositas aquí, cositas de allá” (que se ofrece)

Cual es la oferta gastronómica internacional, que platos venden, cual es la especialidad de la casa, o el plato más representativos del país/restaurante.

Lucía, dueña de Guayacali, explica que al hacer fusión entre estas dos culturas se logra tener en la carta una amplia variedad de platos colombianos y ecuatorianos. “es lo que más nos gusta comer, el apanado, que el lomito, el caldo de bola, con el sancocho de gallina, que la bandeja paisa, un lomo o una chuleta acá, es eso, es montar las dos cosas en un lugar”.

El chef con el que trabajan es ecuatoriano, ha estudiad cocina internacional, sin embargo para tener el toque colombiano de casa “mamá” fue quien lo instruyó.

Gracias a la excelente acogida que ha tenido Guayacali han decidido abrir un área (dentro del restaurante) para servir desayunos guayaquileños y colombianos (encebollado, revoltillo, calentado, huevos pericos) “cositas de aquí, cositas de allá”

Sin embargo María Luisa, de Mirando al sur tiene planes para comenzar a incursionar con la comida chilena, comenta que lo primero que introdujo al mercado son las empanadas chilenas, las cuales están a la venta desde las fiestas de Chile (18 de Septiembre).

Los productos que ofrecen son:

- Desayunos
- Pasteles
- Cheesecake
- Dulce de tres leches
- Torta chilena
- Pastel de pollo
- Pie de manzana
- Humitas
- Empanada Chilena
- Café Pasado (Manabí)
- Capuccino
- Café expreso-instantaneo
- Frutas

- Empanadas de verde
- Bolón con chicharrón
- Almuerzos

María Luisa atiende a aproximadamente 50 clientes diarios a quienes les vende almuerzos, los clientes por lo general son personas que trabajan en esta zona. La dueña nos indica que hay un señor que viene todos los días porque le gusta la comida. Indica también que esta comida no hace daño porque “es como comida de casa” (Monroy, 2012), ella despacha todo lo que sobra, lo regala, no le gusta guardar porque puede hacerle daño a alguien. “Gracias a Dios nunca queda mucho, máximo dos porciones, que se los lleva la chica” (Monroy, 2012).

El valor promedio que una persona gasta en Mirando al Sur es de \$2,50 a \$3,50 máximo. El almuerzo cuesta \$2,50, “si alguien quiere llevarse algo más un jugo, un agua, una cola, entonces se puede hacer \$3,50 pero no más de eso” (Monroy, 2012). El desayuno por su parte cuesta \$3,00 “pero el desayuno es más abundante (jugo, leche, huevos, tostada), al jugo de naranja en el desayuno nada le pongo, azúcar, agua, nada... en cambio al del almuerzo tengo que ponerle porque o si no yo tendría que cobrar más y me quedaría sin clientes (...) una persona que desayuna aquí se queda como bien satisfecha” (Monroy, 2012).

De lunes a viernes no tienen platos a la carta a la hora del almuerzo, se ofrecen únicamente una opción de menú diario, a diferencia de otros restaurantes que tienen desde dos opciones. El almuerzo en Mirando al Sur cuenta con una

sopa, un plato fuerte y un vaso de jugo. Sin embargo procura no repetir los platos en el transcurso de por lo menos dos semanas.

Pescado encocado, sancocho de hueso blanco, caldo de bola, “tallarín verde” con carne asada, son algunas de las opciones que se sirvieron una semana antes de la entrevista.

A diferencia de los locales anteriores La Espiga Argentina abre desde la tarde hasta la media noche, ellos hacen platos a la carta únicamente, no venden almuerzos.

Como su nombre lo dice es un lugar donde se puede degustar comida típica argentina, en su mayoría asados; sin embargo también se encuentra platos y guarniciones ecuatorianas, como patacones, arroz con menestra, entre otros.

Entre sus platos están, el lomo asado, asado mix (tiene pollo, carne de res, cerdo (bondiola) chorizo (hecho por el dueño del restaurante), choripan, entre otros. Sus guarniciones más vendidas son las papás fritas, la papa asada, y los patacones.

7.6.1.3 “Es hacer nuestro propio país” (estética)

Se hace referencia a la decoración, como trasladan los dueños de los restaurantes de comida internacional de Miraflores su país de origen a un local.

En Guayacali podemos observar las paredes del local están pintadas simulando grandes tablones de madera, el letrero está hecho de madera. En el

interior del local, frente a la caja se encuentran ubicadas dos sillas en forma de saco de café y la mesa que pertenece al juego está cubierto con granos de café, y frente a este un mural de una ciudad paisa. En el exterior se encuentran mesas y sillas de madera, los meseros están siempre atentos a cualquier petición que le vayan a hacer los clientes; siempre se dirigen a todos los clientes como “señor” y “señora” sin importar la edad (tal como lo hacen en Colombia).

En la puerta encontramos un muñeco Lucía nos indica que es un personaje propio de paisa es lo más representativo del colombiano, se identifica más con la bandeja paisa, es un plato montañoso del campo, del jornalero la sirven en una bandeja de barro, tiene nueve elementos: arroz, carne (puede ser molida o asada o frita), chicharrón, chorizo, aguacate, huevo, patacones, arepa, frejoles, la que es servida en un bandeja de barro cocido.

Conversando María Luisa sobre el nombre del local (Mirando al Sur) ella nos indica “mi marido y mis hijos son chilenos y yo estuve viviendo en Chile hasta el año pasado, 21 años allá, entonces mi siento ya un poco chilena de corazón. Hay una canción que se llama “Con el Corazón Mirando al Sur”, que es bellísima y que justamente es de gente que se fue de su país (del sur) y esta, no sé pues, está en Estados Unidos, en Europa, yo no sé donde está; y siempre se recuerda del sur y cuando regresa ve a su gente y a su barrio y por eso siempre tiene su corazón Mirando al Sur” (Monroy, 2012).

Ella se considera chilena y nos comenta “haber vivido tanto tiempo uno se apega (se encariña) y además nosotros estamos aquí por un tiempo, nos vamos a

quedar, no nos vamos a quedar pasa siempre, y por eso nosotros también estamos Mirando al Sur” (Monroy, 2012).

El logo lo diseño uno de los hijos que vive en Chile, es comunicador. Los elementos que tiene el logo son:

- Volcán Villarrica, es el que más le gusta por la forma perfecta que tiene, además de los buenos recuerdos que tiene en este lugar.
- Copihue: ya que es la flor nacional de Chile
- Araucaria: este árbol es importante ya que es un elemento representativo del sur de Chile.

María Luisa nos cuenta que el logo es de color café en fondo dorado (en la actualidad el logo con los colores no está exhibido en el restaurante, únicamente esta pavonado en la puerta de entrada), “tuve una discusión con mi él, porque yo se lo pedí por internet, le dije hazme por favor un logo que tenga más o menos estas cosas y él me decía, ¿pero tiene qué ser de este color? Era un color café sobre un fondo dorado, era bonito, pero yo decía aquí no pega ese color porque a la gente le gusta como colorido todo. Y él me decía no tiene que ser así, hasta que le dije hazlo como tú quieras, yo lo voy a poner igual. por los colores, porque yo quería algo más colorido, más tropical. Entonces ahí me dijo sabe que para que no discutamos hágalo pavonado (blanco sobre vidrio)” (Monroy, 2012).

La Sra. Monroy nos comenta que a medida que vaya creciendo quiere ir poniendo el logo en las servilletas, los vasos. Pero el logo que va a utilizar es en

los colores que le indico el hijo. Ella piensa ahora que los colores que el hijo pensó para el logo son los correctos, ya que van con la identidad chilena.

Como publicidad para el local el hijo (el mismo que diseño el logo) ha hecho unas volantes y un banner con la información del local y de los productos que ofrece.

Las paredes del local son verdes, con decoración de vinil en forma de ramas y flores. Al hacer hincapié en la decoración ella responde “al principio vendía frutas y con helado y ensalada, pero la gente se alimenta tan mal...” (Monroy, 2012).

María Luisa cuenta únicamente con una persona que la ayuda, la cocinera, es una esmeraldeña que trabaja de Lunes a Viernes, ella es la persona que hace los almuerzos. La Sra. Monroy nos comenta que le gustaría poner un cartel en la parte exterior del local pero tiene que sacar ciertos permisos municipales; lamentablemente no ha podido hacerlo debido a que la señora que le ayuda en la cocina no sabe dar el vuelto y no la puede dejar sola en el local. Más adelante le gustaría poder contratar a un administrador que pueda encargarse del local.

En la parte exterior del local se encuentra una pizarra de tiza donde se expone el menú del día. En esta pizarra se puede apreciar los mismos elementos del logo, el volcán Villarrica, el copihue y la araucaria, “la pizarra la escribo yo, la dibujo mi hija la que ya se fue a Chile, pero ahí está, yo no la he borrado porque no sé si el dibujo me va a quedar igual” (Monroy, 2012). Antes de adquirir esta

pizarra ella tenía una pequeña pizarra de marcador para la que “había que usar larga vistas para poder ver que es lo que dice” (Monroy, 2012).

Luciano Laspina (argentino) es el dueño del restaurante, él ha cuidado cada detalle de la decoración y el ambiente para que te hagan sentir como en un “barcito” de Buenos Aires.

Al entrar al restaurante a la derecha se encuentra la parrilla y la caja, al frente hay una puerta que conduce a la parte interior del restaurante, y a la izquierda hay mesas, donde por lo general hombres y mujeres se sientan a tomar cerveza, fumar un cigarrillo y conversar.

Las mesas en el exterior son de madera tienen un estilo rústico, las sillas son plásticas de color gris, en las mesas no se encuentra ningún florero o decoración. Cuando el mesero se acerca para ofrecer la carta pone sobre la mesa el chimichurri y el ají.

En el interior del local las mesas y sillas son madera son de color café oscuro, en cada una de las mesas hay un florero junto con una botella de Trapiche (vino mendocino), las paredes son de color rojo.

7.6.1.4 “Aquí no hay competencia”

En esta categoría se relata cómo se sienten los dueños de los restaurantes de comida internacional de Miraflores con respecto a la oferta gastronómica dentro de la ciudadela.

Mientras que le hacíamos la entrevista a Lucía, dueña de Guayacali, preguntó ¿quién es mi competencia?, mientras se reía, luego indicó “me gusto Miraflores porque aquí no hay competencia”, cada uno está dedicado a lo suyo. Existe gran variedad en la oferta, por lo que cada restaurante responde a un perfil diferente en los consumidores y no compiten entre ellos. Además agrega que Miraflores es como el patio de comidas de Urdesa “es como cuando vas a un centro comercial, tienes los locales de ropa, de entretenimiento, pero luego te vas al patio de comidas, hay de todo un poco, todo es diferente; a Urdesa van a farrear y después vienen a comer a Miraflores”

Cuando conversábamos con María Luisa (Mirando al Sur), ella manifestó que la ubicación que tiene le parece buena, ya que es un área comercial que está invadida en su mayoría por locales que se dedican a la misma actividad (comida), “todos estamos en el mismo rubro” (Monroy, 2012)acota.

7.6.1.5 Que pasa aquí

Es aquí donde se relata cuales son los acontecimientos importantes considerados de cada uno de los restaurantes, costumbres y tradiciones.

En el caso de Guayacali para lograr ambientar el local al máximo con las costumbres colombianas los fines de semana de quincena y fin de mes se presenta un grupo de vallenato en vivo; sin embargo lo tienen como opción para las personas que lo requieran (cumpleaños, etc.). Cuando recién comenzaron con el restaurante todos los fines de semana se presentaba el grupo de ballenato (los

viernes y sábado) pero hubo quejas de los moradores, de los que la dueña se refirió como “un pocotón de viejos”

La idea con las presentaciones del grupo de ballenato es que “en las noches puedan salir de la universidad, vengan, escuchen musiquita en vivo, algo más como relajado, se tomen un coctel algo suavcito”, ellos buscan de esta manera atraer a nuevos consumidores.

Por su lado María Luisa Monroy, de Mirando al Sur, nos comenta que en los dos meses que ha estado atendiendo al público nunca le han robado. Que a la mayoría ya le han robado en los alrededores. Al preguntarle porque no ha implementado el botón de pánico nos indica que no es un botón en la caja “o en un lugar donde solo uno sabe”, si no en tu celular un número que se llama “tía poli”, María Luisa considera que este botón no es útil y nos comenta “hasta que encuentre el celular, busque el numero de “tía poli” ya los ladrones hicieron fiesta” (Monroy, 2012).

María Luisa que su temor es la delincuencia, “no es tanto el hecho que me roben, porque yo por último les digo llévense, pero es la violencia, a uno lo ataca, hay veces que no le hacen nada a uno, pero otras veces te van dando un balazo, yo por mi le digo llévense pero que no ataquen. Porque al chico de al lado le rompieron aquí la cabeza, se le llevaron plata (que no tenía ni mucha) pero igual fue atacado él” (Monroy, 2012).

El local estaba pensado para ser únicamente una cafetería “pero la gente aquí no tiene mucho la costumbre de cafetería” (Monroy, 2012); el negocio no

estaba siendo rentable, “todo el mundo comenzó a decirme vende almuerzos, vende almuerzos, por lo que me dedique a hacer almuerzos pero solo hago un menú al día, porque no era ese mi giro y la verdad es que si me ha ido mucho mejor” (Monroy, 2012).

Otra hora a la que se llena mucho el local es a las seis y media, siete de la tarde, que es a la hora que salen de la oficina “la gente ahí viene por cosas como empanadas, el cafecito, pero siempre se vende más a la hora del almuerzo” (Monroy, 2012).

Mientras que Luciano Laspina de La Espiga Argentina nos comenta con respecto a una publicación que hubo en el diario El Universo sobre la delincuencia en Miraflores: “la relación con los vecinos hace dos años no era tan buena por la alta competencia que había entre nosotros, pero a raíz de la publicación que hubo en el diario El Universo decidí convocar a los dueños de todos los locales para realizar una estrategia y unirnos con la policía. Ahora somos amigos” (Laspina, 2012).

Laspina nos relata que a raíz de esta publicación que del Diario El Universo, sobre la delincuencia en Miraflores, los ingresos de los restaurantes comenzaron a decaer, estaban vacíos, algunos tuvieron que despedir a sus empleados. Luciano convocó a los dueños de los restaurantes de comida nacional e internacional de Miraflores para tomar cartas en el asunto, hoy cada restaurante cuenta con

botones de pánico y el número principal de la policía de Miraflores. Manifiesta que hicieron una especie de convenio con los policías y ahora hacen rondas constantemente. A cambio cada dueño los invita a su restaurante.

El mesero con más antigüedad en La Espiga Argentina, Vanegas, hace hincapié en la delincuencia “hace tres meses era bastante común que asalten a los clientes de los locales, o que roben a los habitantes al pie de sus casas. Sin embargo, uno de los empleados de un local comercial del sector, indicó que aún hay arranchadores que se aprovechan de los transeúntes o de las personas que están en la parada de los buses de la ciudadela” (Vanegas, 2012).

Por lo general van hombres y mujeres 25 a 38 años, en las noches, por lo general los sábados los principales asistentes son familias.

Los consumidores lo reconocen como restaurante, la faceta de cantina está quedando atrás, sin embargo es común ver un sábado por la tarde grupos de amigos de aproximadamente 35 años sentados en el exterior tomando cerveza.

7.6.1.6 El público

Durante la investigación se realizó observación gracias a la cual podemos determinar quiénes son los consumidores de cada uno de estos restaurantes de comida internacional.

En Guayacali de lunes a viernes a la hora de almuerzo encontramos a personas que trabajan en el sector, tienen entre 23 y 40 años de edad, son de nivel socio-económico medio-bajo medio-típico. Por ahí encontramos una madre que apresurada comía con sus hijos, ellos viven en Miraflores y ese día había estado haciendo trámites personales y no tuvo tiempo para cocinar, era una señora de aproximadamente 42 años, no nos quiso dar el nombre.

Los fines de semana en Guayacali son diferentes, en las tardes pasan a almorzar familias con niños. Mientras que en las noches se ven más grupos de gente adulta de aproximadamente 25 a 30 años de edad.

Mirando al Sur recibe en la mañana a personas que viven en el sector que quieren salir de sus casas a desayunar o están de paso por Miraflores, son de nivel socio-económico medio-típico, llegan caminando o en carros. Desayunan dentro del local, por lo general van acompañados. Al medio día el panorama cambia, llegan personas de nivel socio-económico medio-bajo medio-típico que trabajan en el sector, compran almuerzos de \$ 2,50.

A La Espiga Argentina llegan personas a partir de las 6 de la tarde, a pesar que lo abren más temprano. Parecen que salieran del trabajo, no tienen uniforme pero se visten como ejecutivos, pocos son los que llegan informales. Los sábados en cambio llegan en las tardes las personas que se sientan afuera pueden estar vestidas en bermudas y sandalias, mientras que los que se sientan adentro son familias y están vestidos casual, pero sin descuidar su imagen.

7.6.1.7 Dónde y a qué hora me encuentras

En esta sección encontrarán una descripción de la ubicación del restaurante

El horario de atención de Guayacali es desde las 12h30 hasta las 22h30-23h00 de martes a domingo, por el momento no abren los lunes ya que aprovechan este día para darles descanso a los chicos que trabajan, así como para terminar de remodelar la parte donde se servirán los desayunos. Una vez que este lugar este terminado “la idea es abrir todos los días desde las 6h00 hasta las 00h00” indica que esto será así ya que deben recuperar toda la inversión realizada.

El local está ubicado Miraflores en la Av. Adolfo Alvear Ordoñez, más conocida como Av. Principal y la calle 4ta., este restaurante era una casa esquinera, la cual fue remodelada.

María Luisa Monroy vive en un departamento en la planta alta de una casa, la que está ubicada en la Av. Principal de la ciudadela Miraflores, en la planta baja ella tiene un local comercial el cual ha adecuado para cafetería.

En La Espiga Argentina atienden de lunes a viernes desde las doce del día (12h00) hasta las once de la noche (23h00), los sábados está abierto desde las dos de la tarde (14h00) hasta la una de la mañana (1h00)

Se encuentra ubicado en la Av. Principal de la ciudadela Miraflores y calle sexta.

8. Proyecto

8.1 Objetivos del proyecto

Con el proyecto se busca mostrar al público las variables operabilizadas-

Dar a conocer mediante los productos desarrollados los aspectos antropologicos expuestos en la tesis.

Lograr que los productos que se expongan sean atractivos e interesantes para los consumidores.

8.2 Propuesta del proyecto

El proyecto se dividirá en dos partes, la primera será un mapa gastronómico en el cual se detalla una reseña sobre el restaurante (historia, platos, información), la segunda parte es una crónica por cada uno de los restaurantes.

El mapa gastronómico-internacional se realizara en flash para poder subirlo a la página web. En este mapa se encontraran los diferentes restaurantes de comida internacional con sus respectivos nombres. Sin embargo los únicos que tendrán información son los tres que se pudieron investigar.

En el mapa ilustrado de Miraflores se marcará cada lugar con una bandera del lugar a donde pertenece. Por ejemplo Guayacali estará marcada con la

bandera de Colombia, La Espiga Argentina con una bandera de Argentina, y Mirando al Sur con una bandera de Chile. Además se incorporará los locales que no fueron estudiados (comida china, comida mexicana)

Al hacer click sobre la bandera se abrirá un recuadro gris sobre el mapa, en este se encontrará un menú en el cual se encontrará la historia, la comida del país de origen, los platos o guarniciones ecuatorianas (la fusión que han hecho) y un link que los lleva a una galería de imágenes.

La segunda parte que es la de la crónica, será una crónica por restaurantes desde diferentes puntos de vista, a continuación se detallará como serán distribuidas.

En “La Espiga Argentina” la crónica es desde el punto de vista de un cliente

En “Mirando al sur” la crónica será sobre como es un día en la vida de la dueña del local.

En “Guayacali” la crónica será sobre una mesera.

Estas crónicas irán acompañadas por fotos que puedan ayudar a visualizar los restaurantes. Desde el momento de llegada al local hasta el momento de salida.

8.2 Ejecución del proyecto

Actividades	Mes 1				Mes 2			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Conceptualización	x							
Recopilación de información, visualidades		x	x					
Toma de fotos para producción de mapa gastronómico y crónicas			x	x				
Diseño y redacción de secciones del mapa gastronómico.					x	x		
Producción del mapa de Gastronomía Internacional de Miraflores							x	x

9. Sistematización de la Experiencia

La investigación para poder realizar la cartografía urbana de la ciudadela Miraflores, fue grupal en la primera etapa. Estuvimos recorriendo las calles de Miraflores un grupo de 9 tesis de la Universidad Casa Grande en busca de los puntos más destacados.

Más adelante se realizó la respectiva división de los temas, en ese momento hubo varios conflictos en el grupo ya que no sabíamos cual era la manera más óptima para realizar dicha división. Probamos con diferentes métodos hasta llegar a que cada uno debía especializarse en uno de los puntos, para poder investigarlo a profundidad.

El tema que escogí para desarrollar mi tesis es Gastronomía Internacional en la ciudadela Miraflores. Durante la investigación a profundidad en los restaurantes elegidos pude conocer a los dueños quienes vienen de otros países.

Esta investigación se llevo a cabo mediante dos métodos, entrevistas semi-estructuradas, y observación de campo. Gracias a lo que se pudieron cumplir los objetivos de investigación: conocer las prácticas, visualidades y narrativas de los restaurantes de comida internacional que se encuentran en la calle principal (Av. Adolfo Alvear Ordoñez) de la ciudadela Miraflores.

Durante las entrevistas me detallaron los platos típicos. En el caso de La Espiga Argentina, Luciano me comento porque el chimichurri es diferente, ya que la forma de preparación es diferente, “un chimichurri nunca es licuado, se corta con un cuchillo de hoja fina”.

Durante la observación de campo pude darme conocer la forma de consumo de las personas, no es lo mismo ir de lunes a viernes a la hora del almuerzo que ir de noche o un fin de semana, los perfiles son totalmente diferentes. No pude hacer sondeos a los consumidores ya que se sentían molestados por mi presencia y los dueños tuvieron que pedirme que no les haga preguntas ya que esto podría causar malestar y provocar que no regresen al restaurante.

En el caso de Guayacali y Mirando al Sur no me dejaron entrar nunca a la cocina. El chico que se encontraba acompañándome cuando tome las fotos me dijo: “tome fotos donde quiera pero de aquí no pase” tuve que decirle que no se preocupe que esto era netamente la investigación para la tesis y las fotos para la documentación.

María Luisa Monroy, de Mirando al sur, me dijo únicamente creo que la cocina es muy pequeña pero puedes verla desde afuera, señalándome un ventana.

Por su parte Luciano Laspina me indico que podía ver como asaban sin ningún problema.

La investigación se realizó durante varias semanas, en diferentes días y a diferentes horas para poder conocer a profundidad cada detalle.

Un fin de semana que iba caminando de un restaurante hacia otro una camioneta negra, con vidrios oscuros y sin placas se estacionó junto a mí y una compañera del grupo, estábamos pasando por una panadería e nuestra reacción fue ingresar a la panadería. Ellos se quedaron esperando a fuera por más 20 minutos pero no salimos hasta que se fueron.

En el transcurso de la investigación logré conocer un poco más sobre las personas detrás del mostrador (dueños) ellos fuera de entrevistas me contaron diferentes anécdotas sobre los restaurantes. María Luisa Monroy (de Mirando al Sur) fue con la que más converse. Se abrió como persona contándome algunas experiencias personales. En la última visita al restaurante (poco antes de Navidad) me comentó que es muy pesado tener un restaurante sobre todo cuando estás sola. Ella ha vivido por más de 20 años en Chile y no iba a poder ir a ver a su familia en el feriado porque tenía que continuar con la labor, ya que si se iba y regresaba podía perder su clientela. Además me cuenta que ya no tiene tiempo para hacer muchas cosas personales como pintarse el pelo, ir de compras, entre otros.

Con Lucia (Guayacali), Ma. Luisa (Mirando al Sur) y Luciano (La Espiga Argentina) conversamos durante mucho tiempo. Por lo tanto también me hacían preguntas sobre mí. Cuando se enteraron que estaba trabajando en un agencia de publicidad me hacían preguntas como: ¿dónde puedo mandar a imprimir estas

volantes?, ¿conoces a un diseñador que me pueda ayudar con esto? Además también le comente sobre la tendencia de las redes sociales, como podían darse a conocer de más eficientemente, entre otros.

Hacer la Cartografía Urbana de Miraflores hizo que conozca una parte de la ciudad que no conocía. Ya que en este pequeño espacio encuentro concentrado lo que puedo encontrar en todo Guayaquil. Tienen una amplia variedad de oferta (con respecto a todas las categorías). Conocer a la gente, y poder ayudarla, contribuir con un granito de arena para ayudar a crecer su negocio fue lo más gratificante.

10. Conclusiones y recomendaciones

10.1. Conclusiones

Por medio de esta investigación se logro conocer a los dueños de los restaurantes de comida internacional. Conocer sus vivencias, su historia, por lo que han pasado como dueños del restaurante.

Una vez que los dueños de los restaurantes dejan su país de origen, en el que tenían costumbres, tradiciones, comienzan a reproducirlas en el lugar donde han venido a vivir (Guayaquil) para no olvidar de donde vienen y de esta manera no dejar su cultura.

Como indica Rodríguez en su texto la globalización hizo que el hombre comenzara a preocuparse por encontrar la cocina tradicional de su pueblo o país, como patrimonio e instrumento de identidad. La cocina tiene vocación patrimonial de testigo desplazado en muchos procesos, pero su principal mérito es su enseñar lo del pueblo, del país, de la nación. RODRIGUEZ

En cuanto a la comida podemos ver como cada uno de los restaurantes a pesar de tener sus platos típicos, tienen platos ecuatorianos, o como comentan como han tenido que cambiar recetas o nombres de platos porque aquí ya significan otra cosa.

Estos cambios son evidentes ya que en algunos casos han tenido que sustituir ingredientes, añadir otros y utilizarse los que puedan encontrarse del país de origen. Al emergerse en una nueva cultura debe haber que comenzar a construir nuevos hábitos.

“Las cocinas étnicas hablan más del carácter de un pueblo de lo que se piensa, pues representan la memoria, la identidad incluso sirve como reconocimiento entre los que están lejos de su país.” RODRIGUEZ

La estética de los locales y los ritos (costumbres) que tiene los dueños de los restaurantes hace que ellos puedan recordar su país y de esta manera poder transmitir a los clientes lo que es su país de origen. No siempre siendo lo más representativos sino, lo que más les gusta a ellos. Esto logra que las personas (consumidores) puedan conectarse con la cultura del país de origen del dueño.

“la globalización puede ser definida como la intensificación de las relaciones sociales en escala mundial, que unen las comunidades distantes de tal manera que sucesos locales son modelados por eventos que se pasan a muchas millas de distancia y vice-versa. Este es un proceso dialéctico porque tales sucesos locales pueden trasladarse en una dirección inversa a las relaciones muy alejadas que la modelan. La transformación local es tanto una parte de la globalización como la extensión lateral de las conexiones sociales a través del tiempo y del espacio.” GIDDENS.

Las personas que van a comer a estos lugares buscan poder conocer más, nuevos sabores, salir de la rutina. Disfrutan de encontrarse con cosas diferentes y

poder conocer más de las culturas. El compartir alimentos les permite pertenecer o reconocerse con la cultura a la que se está visitando.

10.2. Recomendaciones

Mis recomendaciones, por una parte me gustaría que se concluya el estudio de todos los restaurantes de comida internacional, ya que en esta calle existen más de este tipo que no pudieron ser estudiados por falta de tiempo.

Se puede hacer una nueva investigación en el comportamiento del consumidor, en el cual se establezcan perfiles más detallados sobre las personas que comen de lunes a viernes a la hora del almuerzo vs. las personas que comen de noche y fines de semana y feriado.

Se podría implementar para los restaurantes en general alguna charla informativa donde se capacite a los dueños de los locales de comida para manejar redes sociales.

11. Anexos

Entrevista

María Luis Monroy

Dueña del Restaurante Mirando al Sur

Pregunta: ¿Cuál es el concepto de este lugar?

Respuesta: o sea, que significa eso

P: La idea, la identidad

R: cuál es el estilo, esto es una cafetería, en realidad no?, tengo poco tiempo tengo, dos meses recién... eh, yo inicialmente pensaba solamente tenerlo como cafetería, pero parece que aquí la gente no tiene mucho la costumbre de la cafetería, entonces estaba vendiendo re poco, y así no me convenía el negocio iba a tener que cerrar, entonces todo el mundo me decía, pero vende almuerzos, vende almuerzos porque todo el mundo vende almuerzos por aquí. Me dedique... o sea ahora, también al almuerzo, aunque solo hago un menú al día porque no era ese mi giro y la verdad si me ha ido mucho mejor.

Porque gente viene, Bueno también la señora que tengo tiene buena sazón y otras cosas que, y ahora la gente se está quedando, estoy tengo más clientes... uy que rico, que rico y bueno eso.

P: Cuéntame algo ¿por qué Mirando al Sur?

R: Porque mi marido y mis hijos son chilenos, y yo estuve viviendo en Chile hasta el año pasado y 21 años allá, y entonces ya me siento un poco chilena de corazón, y bueno tenemos la idea, yo todavía no lo he podido hacer porque estoy solita yo y mi empleada (me falta personal), y este pro también voy a tener comida chilena. Las primerita que van a salir la semana que viene son las empanadas chilenas. Ya el martes es las fiestas de Chile (hubo una interrupción).

El martes vamos a tener empanadas chilenas, porque el martes es la fiesta nacional de Chile.

P: ¿Cómo así escogiste Miraflores para poner el local?

R: Yo soy la dueña del local.

P: ¿Esta era tu casa o algo así?

R: Claro yo vivo arriba, mi mamá cuando se murió me dejó en herencia este local y arriba un departamento que está para mí. Yo lo tenía arrendando pero me pagaban pésimo (interrupción)

Este... ¿qué era? Entonces yo lo tenía, como toda la vida viví en Chile, lo tenía arrendado, pero lo tenían hecho un desastre. Me pagaban tarde, mal y nunca. Y yo me di cuenta que no... o lo arriendo a más precio, o lo trabajo yo misma. Como yo no estaba haciendo nada, porque yo me vine fue para apoyar a mi marido, él se vino con un proyecto chileno acá y me dijo acompáñame para que me ayudes como secretaria como yo que se, para llamar por teléfono y me

convenció. Yo allá estaba trabajando, pero también digo es mi marido, no lo voy a dejar que se vaya y este solo, entonces vine por eso. Pero tenía tiempo, y me di cuenta que trabajándolo iba a sacar mucha más plata que arrendándolo.

Entonces por eso se lo pedí al señor que se lo tenía arrendado. Lo arregle porque lo tenía destruido y aquí está.

P: Yo la otra vez pase, como a las 6, ¿hasta qué hora está abierto?

R: Hasta las diez

P: y vi uy es verde, ¿qué es?, y ahí vi las plantitas.

R: Es que como te decía, esto yo lo tenía lleno de frutas, frutas con helado ¿no?, y ensalada. Pero la gente se alimenta tan mal que tuve un mes entero (interrupción).

P: El logo, ¿es una montaña?

R: El logo me lo hizo mi hijo que es comunicador, ese es el volcán Villarrica porque el sur de Chile es precioso, se parece que estuvieras, no sé en Suiza, es el mismo paisaje; de hecho hay mucho europeo viviendo allá. El sur de Chile tiene el volcán, el que a mí más me gusta, es el Villarrica, porque como que la forma es perfecta, así. Y nosotros hemos hecho muchas veces vacaciones, nos hemos ido allá, porque allá hay un lago precioso, un hotel precioso. Villarrica es lindísimo. Entonces yo le dije a mi hijo hazme el volcán Villarrica, hazme el copihue que es esta flor, ¿dónde está?, allá está... es la florcita esa que es como campanita, es la flor nacional de Chile. ¿Ya?, y le dije hazme un araucaria que es ese arbolito

como... lo que pasa es que él lo estilizo todo; no lo iba a hacer tal como era la araucaria, entonces ese arbolito que se ve ahí es la araucaria, que también es un árbol muy propio del sur de Chile. Es parecido a la secoya que hay en Canadá, pero en más pequeño, es como familia de la secoya y es un árbol que allá lo usan muchísimo como muy representativo del sur de Chile.

Y también hay una canción que se llama "Con el corazón mirando al sur" que es bellísima, y que justamente es de gente que se fue de su país del sur. Que están no se pues, en Estado Unidos, en Europa, yo no sé donde está. Y siempre se recuerda del sur y cuando regresa ve a su gente y a su barrio y por eso siempre tiene el corazón "Mirando al Sur".

Entonces como todos mis hijos sienten eso, y yo también porque haber vivido tanto tiempo uno se apegas, ¿no?, y además que nosotros estamos aquí por un tiempo, no nos vamos a quedar; supuestamente no nos vamos a quedar para siempre. No hasta que mi hija termine la carrera que le faltan dos años.

Y nosotros también estamos "Mirando al Sur" por eso le pusimos ese nombre. Porque nos gusta y bueno parece que está como bien puesto.

P: si es muy lindo, a mi el logo me llamo muchísimo la atención.

R: pero representa eso, el volcán Villarrica del Sur de Chile, la araucaria algo muy representativo del sur de Chile, y el copihue que es la flor nacional.

Pero como lo han estilizado, no sé si ve, yo sé, porque yo sé lo que es, pero no sé si las demás personas distinguen que ese es el volcán.

P: el volcán si...

R: porque pensé, la parte de abajo del volcán pueden pensar que es una pirámide. No sé.

P: ¿Qué ofrecen aquí?

R: A ver, como esta era inicialmente una cafetería ofrecemos, bueno, desayunos, tenemos pasteles, tenemos cheesecake, tenemos dulce de tres leches, esa torta que ves ahí, es una receta chilena, es el pastel de pollo que no es como lo hacen acá. El pie de manzana también es riquísimo es una receta Valdiviana del Sur de Chile, tenemos estas cosas chilenas y tenemos también cosas nacionales, la hum... bueno la humita en Chile dicen que es chilena.

P: ¿Y es igualita?

R: Idéntica, es un producto andino, digamos como los porotos los frejoles, los chilenos dicen yo soy más chileno que los porotos con rienda. Y son los porotos frejoles, ellos creen que en otros países no hay frejoles, que son los únicos que los tienen.

P: yo estuve hace un año en Argentina, y conseguir frejoles negros me costó más que...

R: esos parecen que son más del Caribe.

P: me tuve que ir a una dietética ni se cuánto, cruzarme la ciudad porque no habían frejoles negros, ni los rojos, había solo blancos y yo decía yo no quiero blancos.

R: ¿Ah? Yo en Chile si encuentro, de hecho ahí es común encontrar.

Y bueno tenemos esos platos, y ya les digo tenemos la próxima semana la empanada por primera vez y espero no quedarme con la empanada chilena .

P: ¿Qué tipo de café ofrece?

R: Tengo pasado, eso sí, café nuestro, nacional, lo traigo de Manabí. El café que yo... la persona que me lo trae mira que sea el café que muelen y no que me lo mezclen con nada. Entonces tenemos café de acá. Manabita.

También hacemos café instantáneo porque hay gente que no le gusta el café pasado. Tenemos el expreso y el americano. Ah, y también hacemos ese que tiene la espumita encima, ¿cómo es que se llama ese?

P: Cappuccino

R: El cappuccino, no que no lo han pedido mucho, y mejor porque es difícil de hacer, tengo la maquinita y tengo jarrita.

Tenemos jugos de fruta naturales. También todo eso es parte de nuestra línea por decir.

Las frutas en sí, comenzando a comprarlas, porque nadie me las pedía, se me dañaban, tenía que botarlas, pero recién me han tocado, ya voy a comenzar otra vez a comprar poco a poco tal vez. Hay que ver porque al principio yo no tenía clientela tampoco, entonces venían por alguna cosita, tenemos empanadas de verde (esas si son nacionales), bolón con chicharrón, porque también me lo han pedido. Hago poquito por qué digo,¿ y si no me lo compran?

P: cuando ven bolón, la gente vuela; o encebollado, cualquiera de las dos cosas.

R: El encebollado no lo se hacer, la verdad nunca lo he comido, porque el encebollado que yo conocía era el encebollado de atún. Que era papita cocinada, cebolla curtida, en atún el arroz, y no se que más, y ese si me gusta. Pero cuando yo oía encebollado encebollado, ¿cuál es?, y me dicen que es una sopa con pescado, yo no la conocía.

P: si, eso es muy típico.

R: pero debe ser un plato nuevo porque yo estuve aquí hasta hace 21 años y nunca escuche nombrar al encebollado

P: Es un plato más popular, lo venden en las picanterías en la alborada.

R: ah, en las picanterías. El señor aquí de la esquina tiene encebollado. Pero a mí me tenía loca porque el me arrendaba aquí. Yo vivo arriba y ese olor de la albacora ugh, y enantes lo debe haber estado haciendo porque me llegaba el olor, no se por donde entraba el olor.

P: Usted es la dueña, ¿verdad?

R: Sí

P: ¿Su nombre?

R: Yo me llamo María Luisa Monroy,

P: ¿el tiempo de creación nos dijo?

R: 2 meses, estoy recién en pañales, todavía.

P: La identidad del local es más...

R: chileno, y verde porque era muy natural, por lo que iba a vender muchas cosas naturales. Las frutas, los jugos, que sigo haciendo, las ensaladas que hacía.

Y que voy a volver yo pienso, que a lo mejor era porque no tenía clientes de ningún tipo, quizás por eso era nadie entraba a comprar nada de frutas.

P: los clientes, ¿cuántos atiende normalmente al día?

R: en el día ahorita estoy atendiendo entre 25 y 30, es muy poco, es muy poco todavía.

P: y el perfil de sus clientes...

R: Clase media...

P: pero jóvenes, adultos,

R: Mmmmm... muc] ho mucho, muchas personas que trabajan por aquí. O sea oficinistas.

P: ¿más o menos entre los 25 y 30 años?

R: Entre 25 y 70, porque hay unos viejitos que vienen, hay un viejito que viene de por allá lejísimo, pero viene porque dice que le gusta, que cocina rico, y que desde que está comiendo aquí ya no se enferma, igual digo yo es como comida de casa.

Si a mí se me quedó una comida yo lo despacho, o sea yo no la guardo, yo se la regalo a la señora que trabaja acá. Por suerte no me queda tampoco nunca mucho ¿no?, pero me quedan 2,3 porciones llévatelas, yo no guardo, porque eso o sea hace daño.

Aunque hago solo un menú al día, pero es fresca, del día.

P: ¿Más o menos en qué consiste el menú que hace?

R: Yo voy haciendo distintas cosas, por ejemplo hago la sopa de lacito, que yo le digo sopa de abuelita (sopa de queso), bien rica. Eso, con supongamos que hago un pescado encocao, el pescado encocao le sale riquísimo, porque es esmeraldeña, no ella, si no la otra, ella es de arriba mía.

Por ejemplo hacemos eso, hacemos caldo de sancocho blanco, que también es rico eso es totalmente nuestro ¿no?, eh, por ahí caldo de bola, hago tallarín verde.

P: mejor yo que ni lo vea, que me lo como...

R: pero vengan, Eduardo Reinoso vino por aquí, y me dijo, yo voy a venir todos los días, pero parece que no le queda mucho tiempo disponible.

P: Cada vez que paseábamos por aquí, yo veía este local, y decía este es un buen local, hasta hoy, que estábamos las dos solas, y le dije entremos... el logo fue una de las cosas que más nos llamo la atención porque está super bien hecho.

R: ¿de verdad? Yo de hecho tuve una discusión con mi hijo por un logo que tenga más o menos estas cosas, y el me decía pero tiene que ser de ese color, y yo le decía... pero no era de ese color, era de un color café sobre un fondo como dorado así. Era bonito, pero yo decía aquí no pega ese color. Porque a la gente le gusta como más colorido todo.

Y yo le decía NO, tiene que ser así, y No, y NO, estábamos discutiendo hasta que yo dije, haz lo como tú quieras, lo voy a poner igual. Entonces el me dijo ¿sabe qué?, para que no discutamos hágalo pavonado, o sea eso (señalando el vidrio) que tu ves blanco sobre el vidrio. Entonces nadie sabe de qué color es el logo original. Entonces cuando ya haga las servilletas, porque todavía no he hecho, quiero ponerle a las servilletas, a los vasos. Cuando ya este yo más conocida ¿no? Y ahí si ponerle los colores. Y la verdad ya después pensé, no, tiene que ser en los colores que el dice, porque los colores nuestros tropicales no pega. Luego va a perder la identidad.

12. Bibliografía

Ansón, R. (s.f.). *Cultura y gastronomía*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2012, de http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/143/Num143_003.pdf

Ayala, L. F., Domínguez, N., Pacheco, D., Ponce, I., Rea, P., Torres, D., . . . Wippel, E. (2012). *Manual de Marca OCU*. Guayaquil: Ecuador.

Barbero, J. M. (1996). En F. Giraldo, & F. Viviescas, *Pensar Ciudad* (pág. 148). Bogota: Tercer Mundo Editores.

Berga Monge, A. M. (2009). *EL CONSUMO DEL GUSTO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2012, de http://cederul.unizar.es/revista_desarrollo/12/capitulos/09.pdf

Comisión para la preservación del PATRIMONIO HISTORICO CULTURAL de la ciudad de Buenos Aires. (2005). *La cocina como Patrimonio (in)tangible*. En M. Álvarez. Buenos Aires.

dos Santos, R. I., & Oliveira Antonini, B. (12 de Mayo de 2003). *Gastronomía típica de la isla Santa Catarina - Brasil*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2012, de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2a06.pdf>

Henao-Delgado, H. (1996). *Pensar Ciudad*. En F. Giraldo, & F. Viviescas. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación* (pág. 117). México: McGraw-Hill.

Kaplan, A., & Carrasco, S. (1999). *Migración, Cultura y alimentación. Cambios y continuidades en la organización alimentaria de Gambia a Cataluña*. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona.

Laspina, L. (5 de Septiembre de 2012). (L. Bermudez, Entrevistador)

Mintz, S. W. (Octubre de 2001). *Comida e antropologia. Uma breve revisão*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2012, de <http://www.scielo.br/pdf/%0D/rbcsoc/v16n47/7718.pdf>

Monroy, M. L. (16 de Septiembre de 2012). (M. P. Pozo Pera, Entrevistador)

Rodríguez Corner, D. M. (28-29 de Mayo de 2009). *Sociologia de la alimentacion*. Recuperado el 5 de Enero de 2013, de <http://www.sociologiadelalimentacion.es/site/sites/default/files/GIJON%20009%20TEXTO%20LISTO%20PDF.pdf>

Vanegas, C. (5 de Septiembre de 2012). (L. Bermudez, Entrevistador)

Zafra Aparici, E. (2007). *Aprender a Comer: Procesos de socialización y "trastornos del problema alimentario"*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

