

LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

**LA GASTRONOMIA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURISTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO**

**THE GASTRONOMY FROM MATEHUALA, A TOURIST REFERENCE FOR THE PLATEAU IN SAN LUIS POTOSI**

José Luis Susano García\*

\*Doctor. Facultad de Comunicación y Mercadotecnia. Universidad Autónoma de Guerrero.

**Dirección para recibir correspondencia:** jose.susano@uagro.mx, pepeluisg@hotmail.com

**Fecha de recibido:** 14 de septiembre de 2017

**Fecha de aceptación:** 16 de noviembre de 2018

LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

## **RESUMEN**

**OBJETIVO:** Determinar la importancia que la gastronomía local tiene como un elemento que contribuya al desarrollo de la actividad turística, desde una perspectiva de la identidad cultural, en la ciudad de Matehuala, San Luis Potosí.

**MATERIAL Y MÉTODO:** Para la realización del trabajo se consideró abordarlo a partir de la investigación cualitativa, con enfoque descriptivo, ello con la finalidad de obtener información subjetiva, para lo cual se utilizaron técnicas como la entrevista a profundidad y la observación.

**RESULTADOS:** Entre los hallazgos obtenidos se encuentra una amplia variedad de platillos y bebidas que pueden ser considerados para su promoción, existe por parte de los empresarios locales la disposición de contribuir con el desarrollo turístico; sin embargo, se desconoce si existen apoyos o programas que el gobierno otorga.

**CONCLUSIONES:** Es importante el diseño de estrategias de mercadeo que permita la difusión de la gastronomía, para que se generen un motivo de visita y experiencias turísticas, el cual tendrá como resultado el turismo gastronómico.

**PALABRAS CLAVE:** Gastronomía. Cultura. Turismo. Mercadotecnia.

## **ABSTRACT**

**OBJECTIVE:** To determine the importance that local gastronomy has as an element that contributes to the development of tourist activity, from a perspective of the cultural identity in the city of Matehuala, San Luis Potosi.

**MATERIAL AND METHOD:** It was used a qualitative research, with a descriptive approach, in order to obtain subjective information, for which techniques such as in-depth interview and observation were used.

**RESULTS:** Among the findings obtained there is a wide variety of dishes and beverages that can be considered for promotion, there is a part of local entrepreneurs willing to contribute to tourist development, however it is unknown if there are supports or programs that the government grants.

LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

**CONCLUSIONS:** It is important to design marketing strategies that allow the diffusion of gastronomy to generate a reason for visiting and tourist experiences, which will result in gastronomic tourism.

**KEY WORDS:** Gastronomy. Culture. Tourism. Marketing.

## **INTRODUCCIÓN**

El Altiplano Potosino es una de las cuatro regiones geoeconómicas del Estado de San Luis Potosí, integrado por 15 municipios, es la más extensa ocupa el 46.50% del estado, su flora, fauna y clima es semidesértico, tiene planicies y elevaciones serranas, limita con los Estados de Zacatecas, Coahuila y Nuevo León, lo que le da una riqueza cultural muy significativa.

En esta región, la principal ciudad es Matehuala, que data desde 1550, la cual desde un inicio tuvo presencia e interacción indígena y española, permitiendo un sincretismo cultural que se ve expresado en su gastronomía.

Las principales actividades económicas son el comercio e industria, dejando de lado al turismo el cual hasta hace poco se ha dado impulsando, sin embargo no se ha desarrollado del todo y menos desde el enfoque de la gastronomía.

A partir de la identificación de la riqueza gastronómica que tiene la ciudad y en la región, así como la sinergia que se puede realizar entre la gastronomía y las diferentes actividades de ocio y recreación que se desarrollan en la zona, el objetivo del trabajo es identificar la factibilidad de la gastronomía matehualense como un posible referente turístico para la proyección de la ciudad y la región, permitiendo el motivo de visita y de experiencias gastronómicas.

## **MARCO TEÓRICO**

Para abordar las diferentes conceptos que se han propuesto por especialistas y organismos referentes al turismo, la gastronomía y el marketing, se ha hecho una selección de aquellos que se consideran los más pertinentes para el trabajo, en el entendido de que existe una gran variedad de aportaciones.

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

### Producto turístico

En primer lugar, en lo que respecta al producto turístico, este se entiende al sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades de manera integral y les otorgan beneficios (Oliveira, S. 2007).

Por otra parte de acuerdo a Acerenza (2000) menciona que el producto turístico está integrado por:

1. Atractivos turísticos, los cuales constituyen la oferta principal del producto turístico, a su vez esta genera la atracción de mercado.
2. Facilidades, que son la oferta derivada de los atractivos turísticos y comprenden toda la estructura y servicios ofrecidos a los turistas para facilitar el alojamiento, entretenimiento, alimentación, además de los diversos servicios que complementan las actividades turísticas de los visitantes.
3. Acceso, que en ello conlleva los medios con los que cuenta en destino para brindar los servicios ofrecidos y que estos tengan acceso a ellos, como lo son: medios de transporte, medios marítimos, aéreos, terrestres y fluviales.

### La gastronomía en el turismo:

Mitchell y Hall (2003) expresan que es importante diferenciar en primer lugar a los turistas que se alimentan, porque se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual de aquellos cuya selección del destino se relaciona directamente con la gastronomía.

En una tentativa de definición técnica, se puede señalar que turismo gastronómico es la visita a productores primarios o secundarios de alimentos, donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar.

Este primer acercamiento teórico a la construcción del turismo gastronómico, resulta importante debido a que proporciona una perspectiva más amplia del motivo por el cual no existe un platillo típico en Matehuala; es decir, que el turismo en Matehuala está enfocado a la arquitectura, y a la tradición oral, esto aunado con que no existe una definición establecida de productores primarios y secundarios de alimentos en la zona.

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

El Estado de San Luis Potosí, a través de la Secretaría de Turismo, postula a Matehuala como una ciudad colonial, llena de lugares arquitectónicos para visitar, y como atracción principal el festival del desierto realizado en mayo; y en el último renglón, expresa que la especialidad gastronómica regional es el cabrito.

Olivera, S. (2007) propone que la importancia de la gastronomía en el turismo trascienda que los visitantes cubran la necesidad fisiológica de alimentarse, y que haya motivaciones personales, sociales y culturales que propicien que se identifiquen a cierto lugar por su gastronomía.

Parece menester expresar, que poner a la ciudad de Matehuala como un sitio para turismo gastronómico podría resultar arriesgada, debido a que ni la tradición y la costumbre de esta mejoran ni ayudan; sin embargo, es posible embridar y generar una especie de identidad colectiva que propicie un apropiamiento de un plato típico de la región.

Por otra parte Schlüter R. (2006), expresa lo siguiente:

*"No sólo el legado monumental arquitecto tónico artístico visible constituye un foco de atención, también los aspectos tradicionales de la cultura como las fiestas, las danzas y la gastronomía a contener significaciones simbólicas de la propia comunidad".*

De la misma manera, Azambuja (1999) señala que la gastronomía está cobrando cada vez mayor importancia como nuevo producto de turismo cultural. Este panorama resaltó la importancia de la gastronomía en el turismo; por otra parte, existen aportaciones como las de Álvarez (2000) y Prats (1997) quienes apuestan que la gastronomía está ganando terreno como atracción tanto para los residentes como para turistas debido a que forma parte de la cultura de los pueblos y no sólo nutre el cuerpo sino también el espíritu, la misma manera la gastronomía regional se está convirtiendo en uno de los pilares indispensables sobre los que debería fundarse en gran parte el desarrollo del turismo cultural.

### **Gastronomía como atractivo turístico**

Existen diversas clasificaciones para el turismo, en los últimos años, las instituciones culturales y turísticas, tanto de México como del extranjero, han realizado esfuerzos para analizar el turismo cultural y los subsegmentos que lo conforman; si por el lado del turismo existe cierto acuerdo tácito sobre sus límites, en el caso de la cultura la discusión es más amplia (SECTUR, 2006).

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

La complejidad del análisis del turismo relacionado con la cultura, radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica (*Ibídem*).

El turismo se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades (SECTUR, 2009), genera reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario, y es factor de divulgación del patrimonio. Como valor para la cultura, genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades receptoras, motiva las comunidades en la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes “patrimonios locales” entre los turistas.

Esto da lugar a que la gastronomía entre en la constitución del turismo cultural, brindando la posibilidad de proporcionar al turista una razón más por cual visitar un lugar.

Escamilla y De Gortari (2006) proponen que la casi inagotable variedad de alimentos que cada lugar brinda a sus visitantes resultará un atractivo para cada uno de ellos y encontrará relevante conocerlos, indica además que:

*“La gastronomía mexicana representa una riquísima gama de posibilidades y variantes para el turismo que quiere conocer las manifestaciones principales de una cultura. Las variantes van desde las simples visitas a los restaurantes que ofertan comida mexicana, ya sea tradicional, regional o la llamada (cocina de creación), hasta el estudio de la etno-gastronomía o los estudios históricos de la gastronomía”.*

Ricolfe et al (2008) expresa que los turistas podrían viajar sin visitar un monumento o lugar, pero nunca sin comer. Posiblemente, se recuerde un lugar primero por lo que se comió, y luego por lo que se vio, incluso, cada día crece el número de personas que acuden a un destino concreto sólo para conocer y degustar su oferta gastronómica.

### **Gastronomía y cultura**

El turismo debe girar en torno a la riqueza geográfica de la región, para crear productos y actividades de naturaleza, aprovechando la diversidad de flora y fauna, geográfica y climática, además de su ubicación estratégica.

La SECTUR (2004) indica que la complejidad del análisis del turismo relacionado con la cultura, radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que,

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

si bien, se complementan, tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica.

Haciendo una analogía sobre la relación entre ambos conceptos, de acuerdo a Nunes, C. (2007), la manera de cómo se come lo que se come y cómo se siente quien come, con relación a la comida, son todos elementos relacionados con la identidad cultural.

Así pues, el turismo se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades, genera reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario, y es factor de divulgación del patrimonio. Como valor para la cultura, genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades receptoras, motiva a las comunidades en la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes “patrimonios locales” entre los turistas (SECTUR, 2004).

Asimismo, Nunes, C. (2007) menciona que la alimentación como forma de placer indica la posibilidad de desarrollo de la gastronomía como segmento y atractivo turístico, inclusive por el hecho de que los turistas en su gran mayoría procuran conocer la cultura local, comer su comida autóctona, probar los platos típicos y todo aquello diferente a lo que están acostumbrados a consumir cotidianamente.

Por otra parte, De Garine (1999, p. 30) menciona que:

*“Los criterios de selección de los alimentos operan dentro de realidades culturales a veces difíciles de definir pero ineluctables. La antropología de la alimentación puede ayudar a aclararlas a través de la evaluación del conocimiento nutricional moderno y su impacto en el consumidor”.*

## **MATERIAL Y MÉTODO**

Para abordar la investigación se determinó enfocarla desde el enfoque cualitativo, la cual de acuerdo a Blasco y Pérez (2007, p. 25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas, derivado de ello se con este tipo de investigación se pretende identificar a través de las personas la opinión y conocimiento sobre sus platillos y bebidas que los identifican.

En lo que respecta a la recolección de datos, se optó por la utilización de dos técnicas, la entrevista a profundidad aplicada a los dueños de los negocios de comida típica de la ciudad de

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

Matehuala, y por otra parte, la observación propia mediante la técnica del *mystery shopper* (comprador misterioso), dicha técnica muy utilizada en la mercadotecnia.

Para la realización de las entrevistas y el *mystery shopper*, se determinó hacer el estudio en 20 establecimientos, debido a que no existe un registro oficial como tal, pues existen datos dispersos en las diferentes instituciones; sin embargo, se consideraron aquellos restaurantes más posicionados en la ciudad y que en sus ofertas gastronómicas ofrecen algún platillo típico.

Tabla 1

### *Establecimientos registrados por dependencia*

Dependencia	Registrados
Dirección de Economía	22
CANACO-SERVITUR	18
CANIRAC	13

**Fuente:** Elaboración propia.

Las entrevistas fueron previa cita con los dueños o administradores de los restaurantes, para identificar tres aspectos principales:

1. La comida típica que ofrecen.
2. Si consideran que su platillo típico puede ser un elemento para atraer clientes.
3. Cómo se lleva a cabo la publicidad de la gastronomía local.
4. Si existe algún apoyo a la promoción de la gastronomía por parte del gobierno (turismo o cultura).

## RESULTADOS

1. Derivado de las entrevistas hechas a los restauranteros, se encontró que existe una importante variedad de platillos típicos y bebidas de la región, así como marcas de productos registrados que se comercializan y consumen no solo a nivel local, sino más allá del territorio potosino, dicha riqueza gastronómica va desde la utilización de la flora y fauna de la región

LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

como elementos para la preparación de platillos, así como aquellos que requieren un mayor proceso de elaboración y que se consumen en época o acontecimientos especiales.

En total, se encontraron nueve platillos, tres bebidas típicas, cuatro tipos de dulces, embutidos y panes.

Tabla 2

*Gastronomía Matehualense*

Tipo	Específico
9 Platillos	Cabrito asado
	Cabrito adobado
	Asado de bodas
	Caldo de Rata de campo en caldo
	Enchiladas matehulenses
	Enchiladas mineras
	Guisos de Flores de palma
	Guisos con Cabuche
	Gorditas
3 Bebidas	Mezcal
	Pulque
	Agua de tuna
4 Dulces	Charamuzca
	Dulces con Leche de cabra
	Queso de Tuna
	Dulce de Mezquite
Panes procesados	Variedad de pan dulce
	Embutidos (chorizos)
	Quesos

**Fuente:** Elaboración propia.

# LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO



Figura 1. Ejemplo de platillos locales de Matehuala.

Fuente: Elaboración propia.

2. En lo que respecta a la pregunta concreta, si consideran que sus platillos típicos pueden ser un elemento para atraer clientes o ser referente gastronómico para el turismo, se encontraron datos muy importantes, ya que existen opiniones encontradas, por un lado si existe una consideración de que sus platillos típicos sean considerados como un atractivo turístico, con un 40% de aceptación, por otra parte el 35% no lo sabe y un 25% considera que no es atractivo.

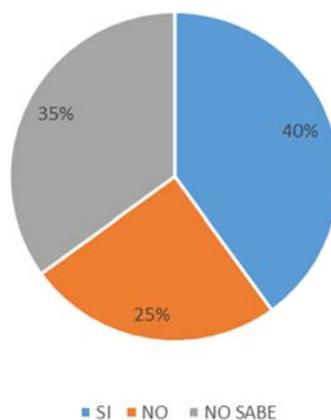


Figura 2. ¿Considera a sus platillos típicos como un posible atractivo turístico?

Fuente: Elaboración propia.

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

3. Referente a la publicidad de los platillos típicos, se hizo el análisis principalmente en los menús que los establecimientos tienen, y se encontró que en ninguno de ellos se muestra alguna fotografía o imagen de los platillos típicos, solo existe un menú sencillo, es importante mencionar que tampoco hubo mucha disposición de los dueños en fotografiar sus menús, por ellos se presentan algunos.



Figura 1. Ejemplo de menús de restaurantes matehualenses.

Fuente: Elaboración propia.

4. Hubo una pregunta que se refería a los tipos de apoyos que los restauranteros reciben, sobre esta pregunta la respuesta fue que el apoyo gubernamental en concreto a turismo o cultura gastronómica o la promoción de la gastronomía, no existe este tipo de apoyo por parte de ninguna de las dependencias al respecto, ya sea Turismo, Economía o Cultura, pues en opinión de los entrevistados, se menciona que ellos no han solicitado el apoyo y que tampoco saben si existen dichos apoyos.
5. Por otra parte algunos empresarios mencionan que no sabían que la gastronomía tuviera un poder importante para atraer turistas, por lo que tampoco saben cómo hacer publicidad para la gastronomía, presentan necesidades en materia de publicidad y mercadotecnia para la promoción de la gastronómica local.
6. Finalmente, los entrevistados coincidieron que no hay una pérdida de la gastronomía típica en la ciudad, pues en primer aspecto las comidas rápidas que se han instalado, no han captado todo el mercado, y que los habitantes de la ciudad, en su mayoría prefieren la comida mexicana. Por lo que se interpreta que probablemente no se esté perdiendo porque no se ha impulsado; es decir, que se es viable la implementación de un platillo típico para el reforzamiento de la identidad.

LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

## CONCLUSIONES

Es evidente que existe una riqueza gastronómica en la ciudad, la cual puede ser un potencial importante para la proyección de la misma, a través de la sinergia entre el turismo y la gastronomía.

Es importante el diseño de estrategias de mercadeo que permita la difusión de la gastronomía y con ello se genere un motivo de visita, la cual tendrá como resultado el turismo gastronómico.

Resulta significativo que se hagan las alianzas estratégicas entre los organismos económicos y el gobierno para diseñar estrategias y acciones para el impulso al rescate y preservación de la gastronomía local y se logre que la gastronomía sea un referente turístico.

Por otra parte, es preciso reforzar los valores de la población a través de la gastronomía, para que a partir de ello, sean los propios habitantes quienes proyecten la ciudad.

Se debe aprovechar que la ciudad de Matehuala se encuentra cerca del Pueblo Mágico de Real de Catorce y con ello, establecer sinergias para generar actividades relacionadas con las actividades culinarias y con ello generar ventajas competitivas.

Es importante preservar los platillos típicos de la ciudad, ya que son el primer referente gastronómico y que le dan identidad a los habitantes, pero también resulta interesante generar nuevas alternativas gastronómicas a través de creaciones gastronómicas mediante la utilización de la gama de insumos vegetales, animales y minerales que se tiene en la región, con lo que se generaría nuevas experiencias gastronómicas propias de la región.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerenza, M. Á. (2000). *Administración del turismo*. México: Trillas.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces*. Editorial: Paidós Ibérica.

Blasco, J. E., Pérez, J. A. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. España. Editorial Club Universitario.

CPPHCCBA (Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires). (2002). *Primeras Jornadas de patrimonio gastronómico*. La cocina como patrimonio (in) tangible.

## LA GASTRONOMÍA MATEHUALENSE, UNA REFERENCIA TURÍSTICA PARA EL ALTIPLANO POTOSINO

- De Garine, I. (1999). Antropología de la alimentación: entre naturaleza y cultura. En: Alimentación y Cultura. Actas del Congreso Internacional, 1: Huesca. Edic. la Val de Onsera: pp. 13-34.
- Escamilla, E., y De Gortari, Y. (2006). Destino turístico. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 14 Planeando sobre el turismo cultural. CONACULTA
- Hall, M y Mitchell R. (2002). *Tourism as force for gastronomic globalization and localization. Tourism and Gastronomy*. Routledge, London.
- Nunes, C (2007). Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 16, pp. 234-242. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 16, 261–280.
- Pérez Tylor Rafael, Miguel Olmos Aguilera, H. S. Q. (2007). *Antropología del desierto: paisaje, naturaleza y sociedad* (UNAM). México.
- Ricolfe, et all (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 189-198
- Schlüter, R. (2006). *Turismo y Patrimonio Gastronómico*. Editorial Aleph. Sao Paulo Brasi.
- Secretaría de Turismo. (2004). *El Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México*, p. 18.
- T.A.R. Consultores de Turismo y Media Europa, S.L. (2001). *Diagnóstico sobre el producto turístico en el País Vasco*. Vicencosejería de Turismo del Gobierno Vasco.