



**La importancia de las cocineras tradicionales como portadoras del patrimonio cultural gastronómico y turístico en la plaza de mercado de La Perseverancia de Bogotá D.C.**

Luz Stella Esquivel G

ID 647736

Programa Administración de Empresas Turísticas y Hotelera

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO UVD

Facultad de Ciencias Empresariales

Bogotá 2021

**La importancia de las cocineras tradicionales como portadoras del patrimonio cultural  
gastronómico y turístico en la plaza de mercado de La Perseverancia de Bogotá D.C.**

Luz Stella Esquivel G

ID647736

Profesor líder

Marta Lucia Lombana E.

Profesor tutor

Karen Roció Beltrán Rueda

Programa Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras  
Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO UVD  
Facultad de Ciencias Empresariales

Bogotá, 2021

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios primeramente por permitirme iniciar y concluir esta carrera para realizarme profesionalmente.

A mis hijos y nietos que siempre han sido el motor de mi vida, que, con sus palabras, compañía y su confianza me ayudaron en este trayecto de mi vida. A mi esposo, porque siempre confió en mí y por todo el apoyo que me brindo para todo lo que he realizado, q.e.p.d. A mi madre por sus oraciones, su amor y apoyo que me brinda en cada momento.

A las personas que incondicionalmente me ayudaron en la realización de este proyecto y a las señoras cocineras de la plaza de La Perseverancia porque me abrieron las puertas de sus restaurantes.

Luz Stella Esquivel G

## **Agradecimientos**

Primeramente, agradezco a Dios y a la universidad UNIMINUTO por permitirme ser parte de esta institución y a su formación integral que nos dan para ser mejores en todo lo que realizamos en nuestro diario caminar.

A los profesores que en el proceso de formación nos compartieron todos sus conocimientos, experiencias y nos inspiraron para alcanzar los logros que hoy se ven plasmados en nuestra carrera.

A los profesores Karen Roció Beltrán, Jorge Mora y Marta Lucia Lombarda, por su apoyo y acompañamiento en el proceso del desarrollo del proyecto, por sus conocimientos y paciencia.

Luz Stella Esquivel G

## Resumen

En nuestro país la cocina tradicional es una manifestación de un patrimonio cultural inmaterial de todos los territorios, que se va enriqueciendo a partir de la oferta alimentaria y que refleja las tradiciones, costumbres y hábitos de consumo de un grupo social. Por lo tanto, la gastronomía se ha convertido en un factor protagonista para identificar la competitividad de los diferentes destinos turísticos y como promoción de estos, de igual forma cada vez es mayor la motivación de los viajeros por el conocimiento de lo autóctono de la cultura gastronómica de los lugares que visitan. Algunos turistas consideran una motivación desplazarse a conocer la cocina de determinada zona geográfica como parte de una experiencia de su viaje. Y si bien la comida puede no ser el objetivo principal de un viaje, esta forma parte fundamental del mismo y es a su vez parte del atractivo turístico de un lugar

Esta cocina tradicional se ha caracterizado por una fuerte vigencia de los roles de género, entendiendo que la cocina siempre se ha visto asociada como el rol de las mujeres, sin embargo, este ya no se presenta en la cocina de un hogar sino en la de un restaurante, ya que la mayoría de estas mujeres son migrantes de otras regiones del país y se desempeñan en este oficio en las plazas de mercado. Como consecuencia para ellas ser una cocinera tradicional es algo más que un título, es la oportunidad de mostrar con orgullo las costumbres gastronómicas de los diferentes pueblos de nuestro país

En este trabajo se estudia la importancia del rol de las cocineras tradicionales, cómo su cocina influye en el atractivo turístico de la plaza de mercado de La Perseverancia y si su rol como portadoras del patrimonio cultural gastronómico influye en el entorno donde se desenvuelven y que papel desempeñan en la transmisión de sus conocimientos en la cocina tradicional colombiana.

La investigación realizada fue de carácter cualitativo y se utilizaron técnicas como entrevistas formales realizadas a las señoras cocineras tradicionales, ubicadas en la plaza de mercado La Perseverancia de Bogotá y se encuestó a personas que visitan la plaza. Adicionalmente, se realizó una investigación documental y se observaron videos y noticias para reconocer la trayectoria de señoras cocineras.

Los resultados encontrados muestran que las cocineras tradicionales de La Perseverancia son mujeres que vienen de diferentes regiones del país, aportando una cultura gastronómica al lugar donde laboran, siendo reconocidas por locales y turistas como una motivación para visitar la plaza de mercado.

**Palabras claves:** *Cocineras tradicionales, patrimonio cultural, plaza de mercado y turismo.*

## Abstract

In our country, traditional cuisine is a manifestation of an intangible cultural heritage of all its territories, which is enhanced from the food offer and reflects the traditions, customs, and habits of a social group. Therefore, gastronomy has become a primordial factor for the identification of the competitiveness of different tourist destinations and as a promotion of those, in the same way, it increases the motivation of travelers to know the autochthonous gastronomic culture. Some tourists consider knowing the cuisine of a certain geographical area a motivation to travel and the main part of their trip experience. And although food may not be the main objective of a trip, is still a fundamental part of it and is part of the tourist attractiveness of a destination.

This traditional cuisine has been characterized by a strong validity of gender roles, understanding that the kitchen has always been associated with the role of women, however, it is no longer presented in the kitchen of a home but in a restaurant, since most of these women are migrants from other regions of the country and perform his trade in the marketplaces. Therefore, for them, being a traditional cook is more than a title, it is the opportunity to proudly display the gastronomic traditions of the different peoples of our country.

This paper studies the importance of the role of traditional cooks, how their cuisine influences the tourist attraction of the La Perseverancia market square and if their role as bearers of gastronomic cultural heritage influences the environment where they operate and what role They play in the transmission of their knowledge in traditional Colombian cuisine.

The research carried out was qualitative in nature and techniques such as formal interviews with the traditional female cooks, located in the La Perseverancia marketplace in Bogotá, were used, and people who visit the square were surveyed. Additionally, a documentary investigation was carried out and videos and news were observed to recognize the trajectory of female cooks.

The results found show that the traditional cooks of La Perseverancia are women who come from different regions of the country, bringing their gastronomic culture to the place where they work, being recognized by locals and tourists as a motivation to visit the marketplace.

**Keywords:** *Traditional cooks, cultural heritage, marketplace, and tourism.*

## Contenido

Introducción.....	12
1. Planteamiento del problema .....	14
1.1 Pregunta del problema .....	14
1.2 Descripción del problema .....	14
1.3 Justificación.....	15
2. Objetivos.....	16
2.1 Objetivo general.....	16
2.2 Objetivos específicos.....	16
3. Marcos de referencia .....	17
3.1 Marco Teórico .....	17
3.2 Marco conceptual .....	20
3.3 Marco geográfico .....	22
3.3.1 Ubicación de Bogotá D.C. dentro del departamento de Cundinamarca.....	22
3.3.2 Localidad de Santa Fe y barrio La Perseverancia .....	23
3.3.3 Plazas de mercado.....	24
3.4 Marco Legal.....	30
3.4.1 Ley 300 de 1996 .....	30
3.4.2 Ley 1558 de 2012 .....	30
3.4.3 Artículo 76 del acuerdo 257 de 2006 .....	30
3.4.4 Plan sectorial de turismo(2018-2022) .....	31
3.4.5 Ley 397 de 1997, política de turismo cultural .....	31
3.4.6 Bases Legales.....	31
3.4.7 Instituciones relacionadas.....	32
4. Metodología.....	34
4.1 Enfoque metodológico.....	34



4.2	Tipo de investigación .....	34
4.3	Instrumentos de investigación .....	34
4.3.1	Población.....	35
4.3.2	Muestra.....	35
5.	Resultado y análisis.....	37
5.1	Resultados.....	37
5.1.1	Análisis de las entrevistas a las cocineras tradicionales .....	37
5.1.2	Análisis de las encuestas a las visitantes de la plaza .....	44
5.2	Análisis .....	50
6.	Conclusiones y recomendaciones .....	52
6.1	Conclusiones .....	52
	Referencias Bibliográficas .....	54
	Anexos .....	57
	Anexo 1. Formato de entrevista semiestructurada para cocineras tradicionales .....	57
	Anexo 2. Formato de encuesta para el visitante que va a comer en los restaurantes de la plaza .....	58
	Anexo 3. Evidencia fotográfica de la visita a la Plaza de La Perseverancia .....	59

## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación del sitio de estudio dentro de la ciudad de Bogotá .....	22
Ilustración 2. Mapa de las localidades de Bogotá .....	23
Ilustración 4. Antigua Plaza de las Cruces .....	25
Ilustración 5. Plaza de las Cruces actualmente .....	25
Ilustración 6. Plaza de La Concordia .....	26
Ilustración 7. Plaza de mercado Samper Mendoza – Plaza de las Hierbas .....	26
Ilustración 8. Plazoleta de comidas de la plaza de mercado Samper Mendoza – Plaza de las Hierbas .....	26
Ilustración 9. Plaza de La Perseverancia .....	27
Ilustración 10. Murales artísticos de la plaza de La Perseverancia .....	28
Ilustración 11. Plaza de mercado Paloquemao .....	29
Ilustración 12. Restaurante de la plaza de mercado Paloquemao .....	29

## Tabla de Figuras

Figura 1. Distribución de las cocineras tradicionales por género .....	40
Figura 2. Tiempo de ejercicio del oficio de cocinera (Pregunta 1) .....	40
Figura 3. Adquisición de los conocimientos para ser cocinera (Pregunta 1) .....	41
Figura 4. Importancia de la oferta gastronómica en la plaza La Perseverancia (Pregunta 2) .....	41
Figura 5. Aporte de las cocineras tradicionales al patrimonio cultural (Pregunta 3) .....	42
Figura 6. Platos tradicionales más representativos (Pregunta 4) .....	43
Figura 7. Alternativas para impulsar el reconocimiento de las cocineras tradicionales (Pregunta 5) .....	43
Figura 8. Conocimiento de opciones para fortalecer el trabajo de las cocineras (Pregunta 6) .....	44
Figura 9. Género reportado por los visitantes de la plaza .....	45
Figura 10. Importancia de las cocineras en la Plaza de La Perseverancia. (Ítem 1 encuesta) .....	46
Figura 11. Razones por las que ir a comer a la Plaza de La Perseverancia. (Ítem 2 encuesta) .....	46
Figura 12. Importancia de la oferta gastronómica en el turismo. (Ítem 3 encuesta) .....	47
Figura 13. Importancia de la oferta gastronómica en el turismo. (Ítem 3 encuesta) .....	47
Figura 14. Importancia de las cocineras de la Plaza en nuestra gastronomía. (Ítem 4 encuesta) .....	48
Figura 15. Aportes de las cocineras de la Plaza en nuestra gastronomía. (Ítem 4 encuesta) .....	48

Figura 16. Preferencia de los platos ofertados en la plaza por parte de los visitantes (Ítem 5 encuesta) .	49
Figura 17. Plazas como centros culturales (Ítem 6 encuesta) .....	49
Figura 18. Reconocimiento de las señoras cocineras (Ítem 7 encuesta) .....	50

## Introducción

En los últimos años el turismo gastronómico ha motivado el viaje de millones de personas alrededor del mundo, las cuales se desplazan a distintos destinos para conocer sus platos típicos y deleitar su paladar. En la actualidad la actividad turística, ha tenido que adaptarse a grandes cambios por una demanda más exigente debido a la gran cantidad de ofertas existente en el mercado, por esta razón es importante la generación de una identidad propia de cada lugar que genere un atractivo para los turistas, aun cuando el destino no goce del mismo renombre de otros sitios que ya tienen reconocimiento. El deseo de conocer este fragmento de cultura de primera mano es lo que genera que la gastronomía sea un producto turístico creciente y potencialmente rentable (Folgado et al., 2011).

La alimentación y los saberes relacionados a ella son un elemento de identidad y construcción de la memoria colectiva de una sociedad, a su vez la cocina y el consumo de los alimentos son quizás los principales creadores de espacios de socialización de las personas. Por lo tanto, las plazas de mercado se configuran como lugares modelo donde se llevan a cabo estas actividades tan importantes para un pueblo. Adicionalmente, se reconoce que en éstas existe una conexión entre el campo y la ciudad, y se establece una relación más cercana entre productores y consumidores finales de los alimentos; éstos son lugares donde convergen los sabores y las tradiciones campesinas e indígenas, para establecer una amalgama de saberes.

Actualmente encontramos una gastronomía concentrada en las plazas de mercado de Bogotá, las cuales son las principales fuentes de abastecimientos de alimentos y productos originarios de diferentes zonas del país y a través de esta cadena se conservan las relaciones de identidad cultural del lugar o región de donde provienen sus productos, la cual es a su vez transmitida a los platos vendidos en los restaurantes y puestos de comida de existentes en cada plaza. (Gruson 2006; Giménez, 2013).

Este trabajo está enmarcado en la plaza de mercado La Perseverancia. Al entrar a este lugar se percibe la tradición, costumbres y sabiduría que caracterizan a las cocineras tradicionales, que son consideradas las salvaguardas de la identidad cultural gastronómica y cuyo saber honra la memoria de las cocineras empíricas que han cultivado sus conocimientos por décadas (UNESCO, 2004).

El sector gastronómico, que es el que más empleos genera por estar asociado al turismo, ha sido uno de los más afectado por el COVID 19 y se ha visto en la necesidad de reinventarse. Dentro de este sector se encuentran incluidos los sitios gastronómicos de las plazas de mercado donde, para proporcionar una respuesta a los consumidores, se han replanteado los menús para hacerlos llegar a los comensales. Estos restaurantes tuvieron que adaptarse a retos como el uso de herramientas digitales, para dar un manejo a los procedimientos de bioseguridad, así cubrir las necesidades de los clientes,

quienes han ido cambiando los hábitos en la forma de adquirir un servicio o producto, realizado por estos canales (Revista Gerente, 2019).

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Pregunta del problema**

¿Cuál es el rol de la mujer cocinera tradicional en la plaza de La Perseverancia frente al conocimiento gastronómico y desarrollo turístico?

### **1.2 Descripción del problema**

Las cocinas tradicionales forman parte de un patrimonio cultural, formando un conjunto de conocimientos y prácticas que vienen de diferentes raíces y de las influencias de la cocina de los países vecinos. Entonces, para poder entender la cocina tradicional en un país tan diverso como Colombia, es necesario empezar a conocer las cocinas regionales, locales y el rol que desempeñan las mujeres cocineras, la mezcla de herencias que las caracteriza tanto indígenas como africanas, permitiendo que estas herencias se fusionen con un resultado inigualable de sabores y olores.

De igual forma, las plazas de mercado se configuran como lugares modelo donde se llevan a cabo fusiones de sabores y olores que son tan importantes para generar la identidad cultural de un pueblo, un lugar o una región. Así mismo, se reconoce que existe una conexión entre el campo y la ciudad, que establece una relación muy cercana entre productor y consumidor final de los alimentos preparados, por lo tanto, estas plazas son lugares donde convergen los sabores y las tradiciones campesinas e indígenas, para establecer una amalgama de saberes. La alimentación y los saberes relacionados a ella son un elemento de identidad y construcción de la memoria colectiva de una sociedad, a su vez la cocina y el consumo de los alimentos son quizás los principales creadores de espacios de socialización de las personas.

A través de los años se ha presentado una pérdida de los saberes y conocimientos relacionados con la cocina tradicional, evidenciada en la reducción de las preparaciones típicas que se encuentran en la oferta gastronómica local, favoreciendo los platos internacionales y las comidas rápidas.

Sin embargo, en la actualidad encontramos una gastronomía concentrada en las plazas de mercado de Bogotá, que conserva las relaciones de identidad cultural del lugar o región de donde provienen sus productos y la elaboración de los platos que en ellas se venden (Gruson, 2006); y (Giménez, 2013). Ésta es la cocina tradicional que está encarnada en las cocineras, quienes son consideradas como

las salvaguardas de la identidad cultural y cuyo saber previo honra la memoria de las cocineras empíricas que han cultivado sus conocimientos por décadas. (UNESCO, 2004).

Finalmente se ratifica que la importancia de las cocineras, no solo son porque preparan los alimentos, sino porque ellas son los ejes centrales de las cocinas tradicionales, ya que no es solamente conocer los ingredientes y el momento de integrarlos, sino que es necesario tener conocimiento y técnicas para la elaboración de un plato, con todos sus secretos que se aprenden alrededor de un fogón.

La investigación se realiza con el fin de identificar el rol de las cocineras tradicionales y analizar su importancia y reconocimiento como portadoras del patrimonio cultural y gastronómico, así como su aporte al desarrollo turístico de las plazas de mercado, específicamente en la plaza de La Perseverancia.

### **1.3 Justificación**

A través de las cocinas se engloban muchos aprendizajes, la cocina tradicional se transmite principalmente de manera oral, lo que a su vez posibilita la transmisión y el enriquecimiento de herencias y tradiciones culturales de generación en generación. Sin embargo, el desconocimiento actual de la importancia de la gastronomía tradicional y sus portadoras hace que cada vez menos generaciones se sientan atraídas por mantener este legado.

La plaza de La Perseverancia es de gran importancia en términos de reconocimientos de la cocina tradicional colombiana, representada por mujeres cocineras migrantes y emprendedoras, portadoras de una gran tradición y protagonistas de sus saberes. Este estudio se realizó con el objetivo de identificar el rol de las cocineras tradicionales en la oferta gastronómica de la plaza La Perseverancia y conocer su importancia como parte del desarrollo turístico que se está constituyendo como patrimonio cultural y económico de la capital del país. Se parte del principio de que los saberes propios de estas cocineras tradicionales han venido contribuyendo a un desarrollo gastronómico y turístico, con sus platos típicos y sus expresiones regionales.

Así mismo, se percibe que detrás de cada plato de comida ofrecido en este lugar gastronómico se encuentra una historia de vida, que ha requerido años de trabajo y sacrificio para llegar a tener el reconocimiento de gastronomía local y regional y del sinnúmero de personas locales y turistas que llegan desde tempranas horas a esta plaza de mercado en busca de una historia que es contada por un plato, ofrecido con especial atención, lo que lo hace único en calidad y sabor, a un precio moderado.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Establecer la importancia del rol de las cocineras tradicionales de la plaza La Perseverancia, como portadoras del patrimonio cultural, gastronómico y su aporte al desarrollo turístico.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Identificar los aportes y conocimientos al patrimonio gastronómico, de las cocineras tradicionales que posibiliten su difusión y desarrollo turístico.
- Analizar el rol de la cocinera tradicional como portadora de saberes culinarios dentro del patrimonio gastronómico de la plaza de La Perseverancia.
- Crear una cartilla con enfoque gastronómico y turístico para los visitantes de la plaza de La Perseverancia.



### 3. Marcos de referencia

#### 3.1 Marco Teórico

La gastronomía se convirtió en patrimonio cultural cuando en el año 2010 la UNESCO la reconoció como una categoría dentro del Patrimonio Cultural de Humanidad. Para Pérez et al (2006) y Llano (2013), el patrimonio gastronómico es parte importante de la actividad económica y cultural de un país. Igualmente, la identificación de la gastronomía y otras expresiones culturales inmateriales, permiten una oportunidad para el desarrollo de una actividad económica y cultural de un lugar (Graciela et al., 2016). El plan de acción 2016/ 2017 de la red gastronómica de la Organización Mundial de Turismo (OMT) lleva a colación que el turismo gastronómico empieza a ser un recurso obligatorio para diferenciar los destinos y presentar los productos auténticos.

Cada día la gastronomía tradicional está tomando más protagonismo como patrimonio esencial para un desarrollo turístico. Este desarrollo es definido por Mantero (2008), como el *“acceso a un medio de vida en que el individuo es más valioso que los servicios y bienes, priorizando a la persona sobre la labor de consumidor”*, mientras que Pearce (1991) lo define como *“la provisión y mejoramiento e instalación de servicios suficientes, para satisfacer las necesidades de los turistas y se puede vincular con la creación de empleos y de ingresos”*. Por otra parte, el desarrollo turístico se va conformando en diferentes épocas, con diferentes espacios para actividades específicas, lo cual favorece el establecimiento de tipos de turismo particulares, como lo indica Fernández (1991).

Una peculiaridad del turismo es que su auge no corresponde solamente a un solo lugar, sino que, también se genera por los turistas que se desplazan desde un punto emisor hacia uno receptor y por el trayecto van realizando actividades relacionadas con los atractivos culturales y naturales del lugar.

Por lo anterior, el turismo es una forma de movilidad por periodos y por lo tanto puede dar respuesta a su significado de movimiento voluntario de las personas (Coles et al. 2005). Otros autores explican que el turismo *“es un subconjunto de los viajes, y los visitantes un subconjunto de los viajeros estas distinciones son fundamentales para la recopilación de datos sobre los movimientos de los viajeros y visitantes, y para las estadísticas del turismo.”* (Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, RIET. 2008, s.f.).

Sin embargo, es importante enfocar al turismo gastronómico en dos modalidades: Uno hacia un turismo rural, definido como *“actividad turística realizada en lugares rurales con una oferta y una demanda con respecto hacia lo natural, realizando un intercambio con las personas del lugar, para ayudar a la actividad económica por la crisis del sector”* (Barrera, 2009). Dos, hacia un turismo cultural, definido

como *“viaje turístico impulsado a conocer y disfrutar el conglomerado de elementos de un grupo social tanto materiales, espirituales e intelectuales que los representa”* (Secretaría de Turismo de Bogotá, 2015).

A su vez, María Manuel Valagão (2002), hace ver que la alimentación tiene un sentido de valor de identidad de un lugar: *“La reciente valorización de las tradiciones alimentarias, como factor de promoción de la identidad cultural(...), tiene como resultado la afirmación de un sentido del lugar, el apego a las raíces y el interés inherente a la singularidad de una cultura localizada en un tiempo y un espacio específicos”*.

Cabrera (2005) afirma que el alimento es un símbolo de identidad y tradición que se va modificando al ser acotejado, con las características de otras comunidades. En concordancia con lo anterior Ponce (2008) expresa que la comida es una de las articulaciones inmateriales, más fuerte para comunicar la identidad de un lugar. De igual manera los autores Siti et al. (2015) expresan que los turistas que seleccionan un destino por su oferta alimentaria esperan encontrar y disfrutar de platos gastronómicos con historia y cultura llena de saberes tradicionales.

Estos saberes tradicionales son conocimientos que se generan a través de una historia, brindando una identidad cultural, se relacionan con su entorno y su medio ambiente reflejando una relación con la elaboración y preparación de los alimentos, que constituyen la confección de un plato, dependiendo de factores sociales y ambientales (Hidalgo, 2015). Por eso, se considera que la cocina tiene un papel esencial en la cultura, ya que a través de ella se muestran costumbres, tradiciones, gustos y sabores tradicionales que están inmiscuidos en la elaboración de cada alimento (Jimenez, 2007).

Para Santana (2003), los saberes tradicionales gastronómicos constituyen una modalidad que capta visitantes por medio de recursos medioambientales, la cultura regional y local, para que los turistas disfruten y crear expectativas importantes del lugar. Adicionalmente, se puede decir que los saberes tradicionales son transmitidos por medio de la oralidad siendo un elemento fundamental de relación social y cultural, motivo para viajar y descubrir las diferentes formas de cocinar (Gonzales, 2018).

Por otra parte, el oficio de cocinera está ligado a una identidad de género de la mujer, ya la historia relata que siempre eran ellas las responsables de los alimentos y los utensilios básicos para la cocina (Gastromakers, 2018)

Si diéramos un vistazo a la cocina de hace más de medio siglo, nos detendríamos a percibir algunos cambios que han transcurrido en la forma de trabajar y cocinar, antes se trabajaba con elementos rústicos como las cucharas y tablas en madera, ollas de barro, pilones, fogones de leña y productos recién extraídos de la tierra; ahora, los sabores son artificiales, precongelados, productos transgénicos y los utensilios se han reemplazado por diferentes electrodomésticos. Todo este cambio en la alimentación ha

surgido con el paso de los años y los cambios sociales, llevando a que los gustos gastronómicos y los hábitos alimentarios vayan cambiando de manera frecuente.

Para explicar y conocer que son las plazas de mercado es necesario trasladarse a sus inicios, Guardia et al. (2010) en el libro “Hacer ciudad a través de los mercados”, dan a conocer la evolución histórica de los mercados como pieza fundamental del crecimiento de una comunidad y ciudades, estas plazas nacieron como abastecimientos de los pueblos en las diferentes regiones, estableciéndose como un símbolo de identidad y espacios de interacción ciudadana, volviéndose puntos de encuentro de negocios (Mallinowski, 1957). Por otra parte, el nacimiento de estas plazas se dio en espacios públicos, ciertos días de la semana alrededor del comercio de productos alimentarios. Si bien es cierto que las plazas de mercado tienen gran importancia, han quedado relegadas en una parte de la historia por las grandes cadenas de supermercados que llegan al país. Esta nueva tendencia que ha sido generada por las grandes industrias alimentarias, han sido la principal causa de distanciamiento de las personas para no concurrir a las tradicionales plazas de mercado, a pesar de que en éstas últimas encuentran la mayoría de los productos que se venden en los supermercados, frescos y más económicos.

En otras palabras, recorrer las plazas de mercado es introducirse en una cultura donde se encuentra una historia, alimentos, olores y sabores. De igual forma mercar en las plazas es recorrer todo aquello que nos muestra una identidad cultural y gastronómica del lugar que visitamos, también es un sitio ideal para llevar turistas nacionales y extranjeros para que se deleiten con una gran diversidad de productos (García, 2014). Coronado (2010) define a las plazas de mercado como lugares de acercamiento conservando la memoria rica en tradiciones culturales regionales, espacios populares para hacer intercambios de sabidurías y prácticas culturales tradicionales. Estos dos autores coinciden en que las plazas de mercado son espacios de una identidad cultural de saberes y sabores tradicionales.

A Colombia en el siglo XIX llegaron de diferentes partes del continente personajes que dejaron testimonio de la presencia de una plaza de mercado Mayor en la ciudad de Bogotá, que se encontraba ubicada donde hoy es la plaza de Bolívar. Este intercambio solía realizarse los viernes y los extranjeros se admiraban por los productos que allí se vendían y describieron que allí se ofrecían, plátanos, papas, sal, cueros, alfondoques, oro en polvo, cal, huevos, maracuyá, entre otros (Restrepo y Saavedra, 2007, p. 235). La distribución de la plaza era metódicamente ordenada, las personas se agrupaban por regiones o por amistades y después de terminar el día de mercado se retiraban para su casa dejando el lugar lleno de desperdicios y basura que era recogidas por personas que provenían de las cárceles y eran vigiladas por soldados, una vez terminada su labor recorrían los lugares los llamados “chicherías” donde por unos pocos

reales les vendían totumadas de chicha y fritanga que les alegraba la vida de ahí salían para sus casa a las afueras de las ciudad. (Barriga, 1981, p 19).

La plaza de mercado de La Perseverancia se inauguró el 1 de mayo de 1914 y se le dio el nombre de plaza del trabajo, en el centro se ubicó un monumento al trabajo en honor a las personas que trabajaban en las fábricas (Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, 2007). Desde 1940, ha sido testigo de varios acontecimientos históricos, las festividades religiosas, la llegada de pobladores rurales por la guerra de los mil días y las visitas frecuentes del abogado Jorge Eliecer Gaitán a las chicherías del barrio, que hicieron que este barrio fuera Gaitanista. Con su muerte el 9 de abril de 1948, los habitantes se tomaron las armas y protagonizaron parte de Bogotazo., lo que llevó a la prohibición de la venta y consumo de chicha según decreto 1839 de 2 de junio de 1948 (García et al., 2008).

### **3.2 Marco conceptual**

Como señala Matta (2019), los planes de acción de salvaguardia de la UNESCO impulsan a las cocineras tradicionales a ejercer su cocina de acuerdo con sus conocimientos y tradiciones, para contribuir como actores globales en la economía cultural.

La Tradición es la transmisión de costumbres hechas de generación en generación (RAE, 2014). También se dice que es la permanencia del pasado en el presente. (Marcos, 2004). Según Moreno (1981), la Tradición se remonta al pasado, pero también a un presente vivo, la tradición manifiesta continuidad, pero no solo para lo que está en desaparición, sino que es dinámica, cambiante y adaptativa.

La cocina es uno de los elementos culturales que da identidad a una comunidad, a un pueblo, a una sociedad en general. Se trata de un conjunto de conocimientos que se arraiga a tal grado en los individuos que cuando esta sociedad se desintegra, por emigración de sus miembros, por dominación política extranjera u otros factores, los sabores culinarios prevalecen en ellos más que la misma lengua, lo que articula su cohesión social como comunidad (Dominguez, 2006).

La cocina tradicional es una práctica viva y expresión del patrimonio inmaterial, agroalimentario y biocultural que constantemente tiene que adaptarse a los contexto económicos, sociales y culturales en que se desarrolla (Zúñiga, 2017). Igualmente, para Valencia et al. (2015) la cocina tradicional se debe entender como un espacio de intercambios de sabores y saberes de encuentro con una historia, de la cotidianidad con el otro.

Según la Ley General de Cultura (Ley 937, 1997) , la Cultura, es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

Por otra parte, la gastronomía tiene tres definiciones: a) el arte de preparar una buena comida, b) la afición al buen comer y c) el conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar (RAE, 2014). También cuando se habla de gastronomía se hace referencia a que es parte de la expresión, cultura y arte de un pueblo. Se alimenta de las tradiciones culinarias de todos los estratos sociales. Después de un desarrollo histórico técnicas e influencias de la gastronomía, se encuentra una perspectiva de sabores, texturas y sensaciones que se encuentran en el día a día en la experiencia de una degustación (Braune, 2017).

Cocineras son las personas que tiene por oficio guisar y aderezar los alimentos (RAE, 2014).

La cocina tradicional son los saberes de la gastronomía que se han heredado y las mujeres que desempeñan esa labor son reconocidas como cocineras tradicionales, y son ellas quienes hoy se encargan de preservar y transmitir valores culturales a través de la gastronomía (Melendez et al., 2010).

La OMT define el turismo, como las actividades que realizan las personas, durante los viajes y estancias en diferentes lugares al de su entorno habitual, con un tiempo consecutivo menor a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante, cuando viaja, está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina (OMT, 2013).

Gascón (2014, 2017) relaciona el turismo gastronómico en clave local y en relación con la producción alimentaria campesina y la participación de las sociedades locales en los beneficios del turismo.

El Patrimonio cultural es el conjunto de manifestaciones culturales, tradiciones que se transmiten de generación en generación. Forman parte del patrimonio cultural inmaterial las representaciones, conocimientos, expresiones orales y técnicas como las lenguas, los relatos y cuentos populares, la música

y la danza, las artes marciales, las fiestas, las artes culinarias y las artesanías que pertenecen a una identidad cultural de un lugar a nivel local, nacional e internacional (UNESCO, 2004). Este patrimonio fue incluido en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO en el año 1989 y fue en el año 2001 cuando se proclamaron por primera vez 19 obras maestras del patrimonio inmaterial y oral. En este aspecto se ha escrito que los sabores culinarios son parte de un patrimonio alimentario y gastronómico de una comunidad, región, o país. (Fauret, 2018)

Las Plazas de mercado de acuerdo con la condición intangible y su concepto, es un lugar exclusivo para intercambio comercial y como un patrimonio inmaterial es para el visitante una oportunidad de vivir experiencias sensoriales que posiblemente no se encuentran en otro lugar. Este tipo de patrimonio cultural atrae a los visitantes impulsados por una curiosidad que los atrapa para tratar de comprender conocimientos que ya poseen o que quieren adquirir (Garrido, 2004).

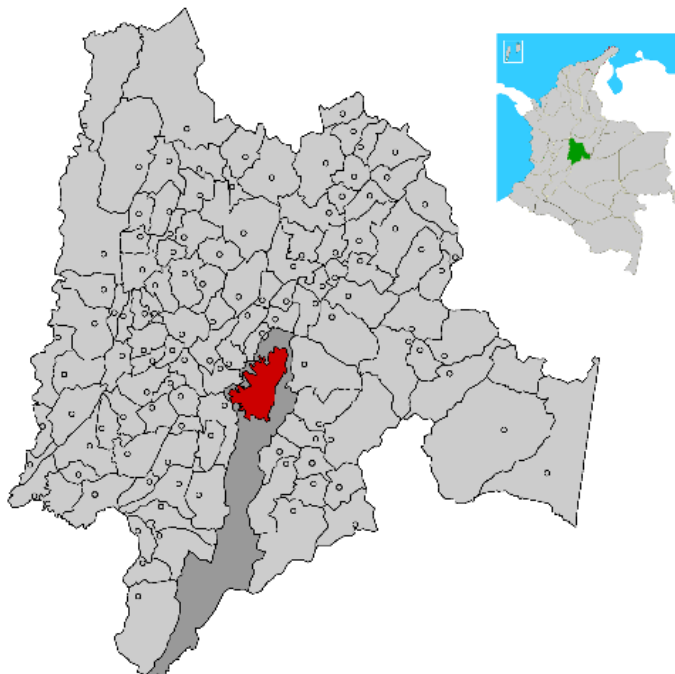
La Organización Mundial del turismo OMT (2019). define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística caracterizada por que la experiencia del visitante está vinculada con la comida y productos y actividades afines.” Adicional a estas experiencias se pueden involucrar actividades como festivales, visita a productores o a distribuidores tradicionales como las plazas de mercado.

### **3.3 Marco geográfico**

#### **3.3.1 Ubicación de Bogotá D.C. dentro del departamento de Cundinamarca**

Dentro del marco geográfico se hace referencia del departamento Cundinamarca en el cual se encuentra la ciudad Bogotá D.C.

#### **Ilustración 1. Ubicación del sitio de estudio dentro de la ciudad de Bogotá**



Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Bogota\\_Cundinamarca.png](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Bogota_Cundinamarca.png)

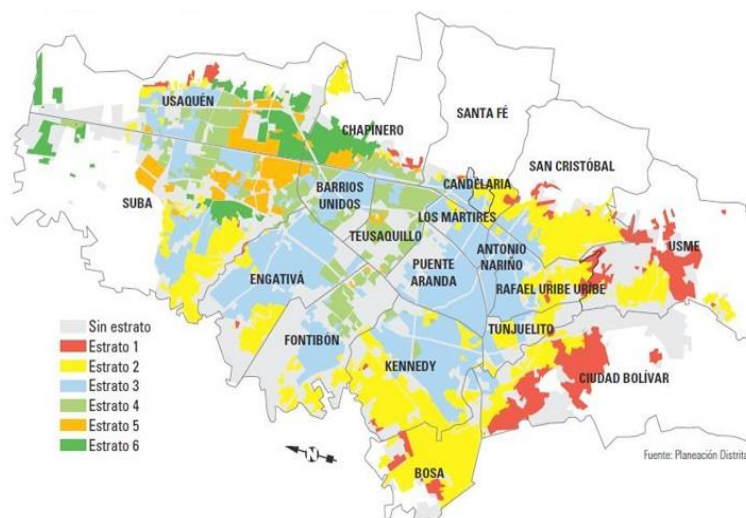
Bogotá D.C. está situada en el centro del territorio nacional, a 2.625 msnm, al lado cordillera oriental. Latitud Norte: 4° 35'56" y Longitud Oeste de Greenwich: 74°04'51". Es una ciudad que cuenta con 20 localidades, cada una tiene un alcalde llamado alcalde menor y una Junta Administradora Local. (JAL).

La ciudad de Bogotá limita por el oriente con los municipios de Choachí, Chipaque, Uña, Gutiérrez, La Calera. Al occidente limita con el río Bogotá, los municipios de La Cabrera, San Bernardo, Arbeláez, Sibaté, Soacha, Mosquera, Funza y Cota, por el sur con las estribaciones del páramo de Sumapaz, al norte limita con Chía.

### 3.3.2 Localidad de Santa Fe y barrio La Perseverancia

Bogotá está constituida por 20 localidades, como se muestra en el mapa de las localidades (Ilustración 2).

#### Ilustración 2. Mapa de las localidades de Bogotá



Fuente: Google maps Mapa de Bogotá (2014).

La Localidad de Santa Fe, está situada en el corazón de Bogotá, su nombre se debe al fundador Don Gonzalo Jiménez de Quezada que en aquella época tenía de recuerdo un municipio de Santa Fe en España. Es reconocida como una de las localidades más antiguas de Bogotá. Está compuesta por 40 barrios, con casas tipo colonial y estilo rústico español. Igualmente, la trascendencia de sus habitantes estaba ligada por la cercanía de la plaza mayor. “Las primeras modificaciones urbanísticas se produjeron en 1541 con la aplicación de las técnicas europeas de construcción traídas por Gregorio López; la primera casa de tapia pisada perteneció a Antonio de Olaya. Un tercer avance se produjo con el techo de teja implantado por Pedro Colmenares.” (Localidad de Santafe, s.f.).

Entre los barrios que hacen parte de la localidad de Santa Fe se destacan La Merced, Parque Central Bavaria, Sagrado Corazón, San Diego, Samper, San Martín, y La Perseverancia que fue un barrio de estirpe popular hasta 1812, también fue asentamiento de bohemios, poetas y pintores que en años posteriores formaron parte del primer crecimiento urbanístico. (Alcaldía local de Santafe, s.f.).

### 3.3.3 Plazas de mercado

Las plazas de mercado son unos referentes de tejido social y urbano donde se encuentran desde bienes básicos como las cocinas, artesanías, frutas y verduras, en estos espacios se enlazan las economías campesinas con las economías populares. Asimismo, son espacios donde se concurre a reuniones, donde se discute el menú y se comparte una silla con un campesino, un trabajador o una persona adinerada.

En Bogotá los primeros mercados se concentraron en lo que hoy es La Plaza de Bolívar, un lugar de concentración de todas las clases sociales de todos los lugares del país, sin embargo, para 1861 se



prohibió esta práctica en lugares públicos y se empezaron a crear edificios de mercar en Bogotá (Paloquemado., 2020).

Bogotá cuenta con 44 plazas de mercado, entre públicas y privadas, 19 de estas plazas de mercado son públicas, 3 de ellas son de patrimonio cultural de la ciudad. Las plazas más antiguas de la ciudad de Bogotá fueron la Concordia, La Perseverancia y Las cruces. La plaza de las hierbas ubicada en la carrera 25 con calle 22, fue declarada patrimonio inmaterial cultural y botánica de Bogotá (Bogota, Plazas de Mercado, s.f.).

**Ilustración 3. Antigua Plaza de las Cruces**



Fuente: Plaza de Mercado Las Cruces. Fuente: <http://lascrucesbogota.blogspot.com.co>

**Ilustración 4. Plaza de las Cruces actualmente**



Fuente: Martin Duque, 2012

**Ilustración 5. Plaza de La Concordia**



Fuente: Alcaldía de Bogotá D.C., IPES 2020

**Ilustración 6. Plaza de mercado Samper Mendoza – Plaza de las Hierbas**



Fuente: <http://andandoporbogota.blogspot.com/2016/01/>

**Ilustración 7. Plazoleta de comidas de la plaza de mercado Samper Mendoza – Plaza de las Hierbas**



Fuente: Directorio de Industrias Culturales y Creativas. Directorioicc.gov.co

En 1932 se inició la construcción de la plaza de mercado La Perseverancia cerca a la Cervecería Bavaria. Campesinos de diferentes lugares cercanos llegaban a vender sus productos y de paso a beber la cerveza o la chicha, producto que aún se sigue elaborando. Con la construcción de esta fábrica los habitantes de los barrios contiguos y los mismos trabajadores de la cervecería comenzaron a establecerse en este lugar con la finalidad de construir un nuevo barrio obrero llamado La Perseverancia entre 1910 - 1930 (Bogota, Plazas de Mercado, s.f.).

#### Ilustración 8. Plaza de La Perseverancia



Fuente. Sergio Antolínez, 2021

/

Después, la plaza de mercado fue trasladada a la carrera cuarta entre calles 30 y 31, dirección actual, en la localidad de Santa Fe (Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, 2007). Actualmente se encuentra ubicada en la UPZ 92 (Unidades de Planeamiento Zonal), en la manzana 001 del barrio La Macarena. Esta plaza cuenta con 12 restaurantes donde se encuentran comidas típicas de todas regiones colombianas que son objeto de un interés turístico por los viajeros.

La identidad de la plaza de La Perseverancia es perceptible por murales artísticos que se encuentran alrededor, llamando la atención a turistas y locales.

#### Ilustración 9. Murales artísticos de la plaza de La Perseverancia



Fuente: Oscar González, GUACHE. [www.guache.co/plaza-la-perseverancia](http://www.guache.co/plaza-la-perseverancia)

Dentro de las plazas de mercado que tiene Bogotá se ha de mencionar la Plaza de Paloquemao y Corabastos. La plaza de mercado Paloquemao nace en 1864, en una edificación que se encontraba en la plaza de la Concepción en un primer momento. La empresa de los Ferrocarriles nacionales realiza la construcción de la plaza para albergar el mercado que llegaba de diferentes lugares del país. Se inauguró en julio de 1927, su diseño es tomado de algunos mercados de España y México. Es un lugar que atrae muchos turistas por encontrarse dividida en diferentes secciones desde frutas y verduras hasta artesanías que sirven de souvenirs para los que visitan Bogotá. (Porconocer, 2015). La plaza de Paloquemao es primer abastecedor de flores a nivel nacional.

**Ilustración 10. Plaza de mercado Paloquemao**



Fuente: Comisión filmica plaza de mercado de Paloquemao

<https://directorioicc.gov.co/comision-filmica/plaza-de-mercado-de-paloquemao>

**Ilustración 11. Restaurante de la plaza de mercado Paloquemao**



Fuente: Directorio icc.gov.co. Imagen de Carlos Alvares C.

El 6 de marzo de 1970 se construyó la Sociedad denominada Promotora de Gran Central de Abastos de Bogotá, Ltda., organización que se encargaría de organizar, centralizar y distribuir los alimentos que llegaban de otros lugares. El 20 de julio de 1972 se inauguró la central y desde entonces es la pionera en el área comercial agrícola del país. Se encuentra ubicada en la avenida carrera 80 No. 2-51. (Corabastos, historia, s.f.).

### **3.4 Marco Legal**

El turismo es un fenómeno económico y social, convirtiéndose en uno de los sectores de la actividad económica de un país, región o lugar, que se desarrolla con gran velocidad en el mundo involucrando la participación de los gobiernos y la reglamentación de decretos y leyes para el cumplimiento de esta actividad.

#### **3.4.1 Ley 300 de 1996**

Conocida como la Ley General de Turismo, dicta los principios y disposiciones del turismo en Colombia. Relaciona a los organismos de estado en el desarrollo de las actividades que corresponden con el turismo. (MinCit, 1996).

#### **3.4.2 Ley 1558 de 2012**

Conocida como la Nueva Ley del Turismo y modifica la Ley 300 de 1996. Argumenta que la actividad turística, debe tener la disposición por la conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social, de las comunidades receptoras o locales de igual manera la satisfacción del visitante, cuidando el medio ambiente para generaciones futuras y la necesidad de estas.

#### **3.4.3 Artículo 76 del acuerdo 257 de 2006**

Transforma el Fondo de ventas populares, en el Instituto para la Economía Social (IPES) y le asigna las funciones de “Administrar las Plazas de Mercado Distritales con la política de abastecimiento de los alimentos”.

#### **3.4.4 Plan sectorial de turismo (2018-2022)**

El objetivo del Plan Sectorial del turismo “Turismo: el propósito que nos une” sustenta las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), donde se busca mejorar la competitividad de Colombia como un destino turístico a partir de las iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales (MinCIT, 2018).

#### **3.4.5 Ley 397 de 1997, política de turismo cultural**

Resalta la potencialidad del turismo en los procesos de identificación, valoración, sostenibilidad, competitividad y la difusión del patrimonio cultural. Fomenta el turismo por Colombia incentivando a extranjeros y a nacionales a conocer las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país.

Está enfocada a la ciudadanía en general, pero en especial a aquellos portadores tradicionales de la cocina y la alimentación como a las “cocineras y cocineros, igualmente a gestores culturales y funcionarios públicos con competencia en este campo; a los investigadores de los sistemas culinarios tradicionales y a las organizaciones sociales interesadas”.

Esta política consta de los siguientes principios: La alimentación es un derecho fundamental y el beneficio del patrimonio cultural colectivo. La política pública reconoce y valora los derechos de la cocina tradicional como fomento de la creación y la formación de valores.

Esta política tiene como interés salvaguardar la cocina tradicional y busca la recuperación y fortalecimiento de las tradiciones culinarias en las diferentes regiones del país, dando prioridad a los procesos de investigación propia y participativa.

#### **3.4.6 Bases Legales**

Para salvaguardar las cocinas tradicionales de Colombia la Constitución Política de 1991, establece que es una obligación del estado como de los particulares proteger y reconocer toda riqueza cultural y natural del país, adicionalmente en su Artículo 65, se establece que la producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado.

El decreto 2941 de 2009 en el Artículo 8 expresa que dentro de las manifestaciones culturales está la cultura culinaria interpretando como tal las prácticas tradicionales de transformación, conservación,

manejo y consumo de alimentos además del uso, conocimiento, técnicas y espacios culturales de los grupos y comunidades.

De acuerdo con la Ley 1037 de 2006 que adopta la Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial aprobada en París el 17 de octubre de 2003, se incluye la gastronomía tradicional ya que ésta cumple con las características del patrimonio Cultural Inmaterial incluidas en la convención que son: *“se transmite de generación en generación, es recreada constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno y su interacción con la naturaleza y su historia. El mismo contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana y, a través de él, la comunidad consigue concretar un sentimiento de identidad y continuidad”*.

#### **3.4.7 Instituciones relacionadas**

**Ministerio de cultura.** Ley 397 de 1997, o Ley General de Cultura, incluyó como parte del patrimonio cultural las manifestaciones de cultura inmaterial.

**Ministerio de Salud y Protección Social.** Ley 9 de 1979, por la cual se dictan medidas sanitarias en la preparación y manejo de los alimentos para consumo en el mismo sitio.

**Ministerio de cultura.** Decreto 2491 de 2009, por el cual se establece el eje de la legislación colombiana sobre Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), establece la política para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural inmaterial y el material.

**Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo:** acuerda, ejecuta y evalúa la política turística, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico y receptivo. Decreto 210 del 3 de febrero de 2003:

**El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural** dicta directrices de seguridad alimentaria; tiene bajo su responsabilidad el fomento y la regulación de la producción de alimentos. Ley 1474 de 2011.

**El Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.** Decreto 1713 de 2002 por la cual reglamenta las normas para la gestión integral de los residuos sólidos en las plazas de mercado.



**Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).** Art. 2674 de 2013. Ejecuta las políticas de vigilancia sanitaria y control de calidad de los alimentos. Es la autoridad competente para expedir registros sanitarios.

**Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).** Resolución 000464 de 2017, Art. 5, describe qué es dialogo de saberes y cuáles son los protagonistas tradicionales en el ámbito de los recursos naturales y la alimentación.

**Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF** se integrará a las actividades de sensibilización e información sobre el fenómeno del turismo sexual con niños, niñas y adolescentes, y solicitará para el efecto el concurso de los prestadores de servicios turísticos y de los sectores comerciales asociados al turismo, a fin de asegurar la articulación de tales estrategias con el Plan Nacional para la Erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes. Ley 1336 de 2009, Art. 6.

**Instituto Nacional de Aprendizaje (SENA):** adelanta proyectos de formación y capacitación para los guías de turismo, incluido el bilingüismo; así como en las normas de competencia laboral y demás procesos normativos relacionados con la formación y la participación de la academia en el sector turístico. Decreto 1053 de 2020

## 4. Metodología

### 4.1 Enfoque metodológico

El presente trabajo se realizó con un enfoque metodológico cualitativo. El trabajo implicó la articulación de datos que provienen de un estudio bibliográfico y de la información recogida a través de entrevistas a las señoras cocineras y las encuestas a las personas que visitan la plaza de mercado La Perseverancia. Igualmente, durante el desarrollo de la investigación se logró conocer las historias acerca de las personas, sus orígenes, los platos tradicionales y la influencia de otros lugares en la composición de nuevos platos. Todo lo que se aplicó, se basó en los datos recopilados durante la presentación del proyecto

### 4.2 Tipo de investigación

Se empleó la observación como tipo de investigación, porque se está haciendo un acercamiento al problema el cual no ha sido abordado y/o las condiciones que existen no son determinantes. Este tipo de investigación es una primera aproximación del objetivo de estudio, dado que los antecedentes de estudio son muy pocos para basarse en ellos, la investigación partirá casi de cero.

### 4.3 Instrumentos de investigación

En la tabla 1 se incluyen los instrumentos utilizados para realiza la investigación.

**Tabla 1. Instrumentos de investigación**

	<b>Objetivos</b>	<b>Lugar del objetivo</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>1</b>	Identificar los aportes al patrimonio gastronómico de las cocineras tradicionales, que posibiliten su difusión y desarrollo turístico.	Plaza de mercado La Perseverancia.	Entrevistas con las cocineras de los restaurantes que se encuentran en la plaza.
<b>2</b>	Analizar el rol de la cocinera tradicional, como portadora de saberes culinarios dentro del patrimonio gastronómico de la plaza de La Perseverancia	Plaza de mercado La Perseverancia. Las personas que visitan el lugar	Encuestas con Las personas que visitan el lugar para tomar algún alimento.

		para tomar algún alimento.	
<b>3</b>	Crear una cartilla con enfoque turístico para los visitantes de la plaza	Información Plantillas Imágenes	Con la información obtenida plantear la creación de una cartilla turística

Fuente: Elaboración propia

Para realizar esta investigación se recurrió al método descriptivo, mediante la recolección de datos por medio de entrevistas<sup>1</sup> y encuestas que proporcionaron información para desarrollar el objetivo de investigación.

#### 4.3.1 Población

Las entrevistas se realizaron a un grupo de señoras cocineras de la plaza de La Perseverancia, quienes preparan alimentos y platos tradicionales de las diferentes regiones del país, para ofrecerlos a los visitantes tanto locales como a los turistas nacionales e internacionales. Las edades de las señoras entrevistadas se encuentran entre 40 a 55 años.

Las encuestas se realizaron a diferentes personas que visitan la plaza de La Perseverancia, con el objetivo de saber que alimentos y platos tradicionales compran y consumen estos visitantes. Las edades de los encuestados estaban entre los 20 a 50 años.

#### 4.3.2 Muestra

Se realizaron 8 encuestas a personas que se encontraban dentro de la plaza, mediante formularios de elaboración propia. Se realizó por medio de un muestreo consecutivo,

**Tabla 2. Encuesta para visitantes de la Plaza de La Perseverancia (5 personas)**

1. ¿Cuál considera que es la importancia de las cocineras en la plaza de La Perseverancia?
2. ¿Por qué cree que a las personas les gusta ir a comer a la plaza de mercado?
3. ¿Considera que la oferta gastronómica, que ofrecen las señoras cocineras en la plaza incrementa al desarrollo turístico?
4. ¿Las cocineras de la plaza, son portadoras de la tradición y costumbres de nuestra gastronomía?
5. ¿Cuál es el plato de comida por el que vienen a la plaza, y que sea el más representativo?

<sup>1</sup> La entrevista es una forma de comunicación interpersonal, que tiene como objetivo recibir y proporcionar información en virtud de las cuales se establecen algunas decisiones (Arias, 1976).

6. ¿Por qué cree que no hay un reconocimiento a las señoras cocineras de la plaza a nivel nacional?
---

**Tabla 3. Preguntas entrevista a señoras cocineras de la plaza de La Perseverancia**

1. ¿Cuántos años lleva en el ejercicio de ser cocinera y cómo adquirió este conocimiento?
2. ¿Conoce usted proyectos del gobierno distrital y local para fortalecer su trabajo como portadora de la cocina tradicional dentro de la plaza de La Perseverancia?
3. ¿Por qué es importante la oferta gastronómica, en la plaza de La Perseverancia?
4. ¿Considera usted que su labor como cocinera tradicional es un aporte al patrimonio cultural de nuestro país? ¿Porqué?
5. ¿Cómo cree que se les debe impulsar para ser reconocidas no solo en la plaza, sino a nivel nacional e internacional?
6. ¿Cuál cree usted que es el plato que prepara más representativo, la reconocen por él y vienen a buscarla? ¿Cuáles son sus ingredientes?
7. ¿Por qué cree que no hay un reconocimiento a las señoras cocineras de la plaza a nivel nacional?

## 5. Resultado y análisis

### 5.1 Resultados

Los resultados del trabajo se dividen en el análisis de las entrevistas realizadas a las cocineras tradicionales y el análisis de las encuestas realizadas a visitantes de la plaza La Perseverancia.

#### 5.1.1 Análisis de las entrevistas a las cocineras tradicionales

En la tabla 4 se incluye los nombres de las cocineras tradicionales entrevistadas con sus características

**Tabla 4. Caracterización de las señoras cocineras entrevistadas**

Nombre	Género	Edad	Lugar de procedencia	Restaurante	Plato representativo
<b>Mary Rentería</b>	F	50	Choco	La Esquina de Mary, el buen sabor del pacífico	Rompe colchón: Caldo de pescado, con camarones, calamares, almejas, cebolla, pimentón, cilantro, limón, salsa de tomate, sal y picante al gusto. Pescado frito
<b>Luz Dary Cogollos</b>	F	55	Tolú	TOLÚ	Ajiaco Santaferreño, mote de queso, bollo limpio
<b>Juana Bermúdez</b>	F	50		Restaurante El Primo	Cocido Boyacense, huesos de marrano.
<b>Janeth Lisnaba</b>	F	40	Venezuela	Doña Esperanza	Frijolada.

Fuente: Elaboración propia a partir de las respuestas de las entrevistas (2021)

En la tabla 5 se incluye el análisis realizado a las respuestas de las entrevistas realizadas a las cocineras tradicionales de la plaza de mercado La Perseverancia.

**Tabla 5. Análisis de las respuestas de las entrevistas a las señoras cocineras**

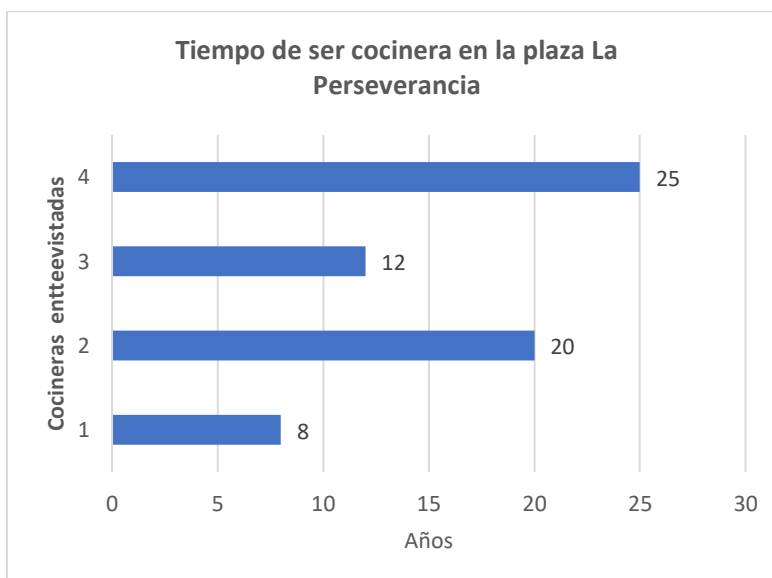
<p>1. ¿Cuántos años lleva en el ejercicio de ser cocinera y cómo adquirió este conocimiento?</p>	<p>Para el caso de las señoras cocineras entrevistadas, algunas de las cocineras entrevistadas llevan más de 20 años en esta labor en la plaza de La Perseverancia y otras llevan menor tiempo, sin embargo, todas llevan más de 8 años. En la mayoría de los casos, las cocineras entrevistadas ya ejercían su oficio antes de empezar a trabajar en la plaza La Perseverancia.</p> <p>Los conocimientos fueron adquiridos desde su lugar de infancia, por medio de sus abuelos y padres, donde aprendieron jugando al lado de un fogón.</p>
<p>2. ¿Por qué es importante la oferta gastronómica en la plaza de La Perseverancia?</p>	<p>Por la diversidad de platos que se elaboran, que viene de las diferentes regiones de Colombia, productos de las llanuras, montañas y mares que le dan a nuestra cocina su identidad.</p> <p>Por la calidez y atención de cada una de las personas que trabajan allí.</p> <p>Platos elaborados con ingredientes frescos.</p>
<p>3. ¿Considera usted que su labor como cocinera tradicional es un aporte al patrimonio cultural de nuestro país? ¿Porqué?</p>	<p>La respuesta es afirmativa para todas las señoras entrevistadas, porque consideran que están mostrando la gastronomía de una de las regiones del país (la región de donde provienen).</p>
<p>4. ¿Cuál cree usted que es el plato que prepara más representativo, la reconocen por él y vienen a buscarla?</p>	<p>De acuerdo con las respuestas de las entrevistadas no hay una respuesta en común, cada una realza un plato gastronómico con el cual se siente identificada y es reconocida.</p> <p>Ej. Mary, plato reconocido. Rompe colchón, la señora Luz con el Ajiaco Santafereño.</p>

<p>¿Cuáles son sus ingredientes?</p>	<p>En la tabla 4 se incluyen los platos representativos de cada una de las cocineras con sus respectivos ingredientes.</p>
<p>5. ¿Cómo cree que se les debe impulsar para ser reconocidas no solo en la plaza, sino a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Las cocineras entrevistadas opinan que se les debe dar la oportunidad de demostrar sus conocimientos en las aulas o en los diferentes establecimientos académicos.</p> <p>A nivel internacional se debe mostrar la gastronomía por medio de programas institucionales que son vistos en diferentes partes del mundo y las diferentes plataformas virtuales.</p>
<p>6. ¿Conoce usted proyectos del gobierno distrital y local para fortalecer su trabajo como portadora de la cocina tradicional dentro de la plaza de La Perseverancia?</p>	<p>Se encontró que las respuestas son diferentes de acuerdo con su forma de ver la pregunta. Sin embargo, dentro de las respuestas si reconocen que han recibido algunas capacitaciones de fortalecimiento laboral.</p> <p>Capacitaciones recibidas: Manipulación de alimentos.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de las respuestas de las entrevistas (2021)

**Figura 1. Distribución de las cocineras tradicionales por género**

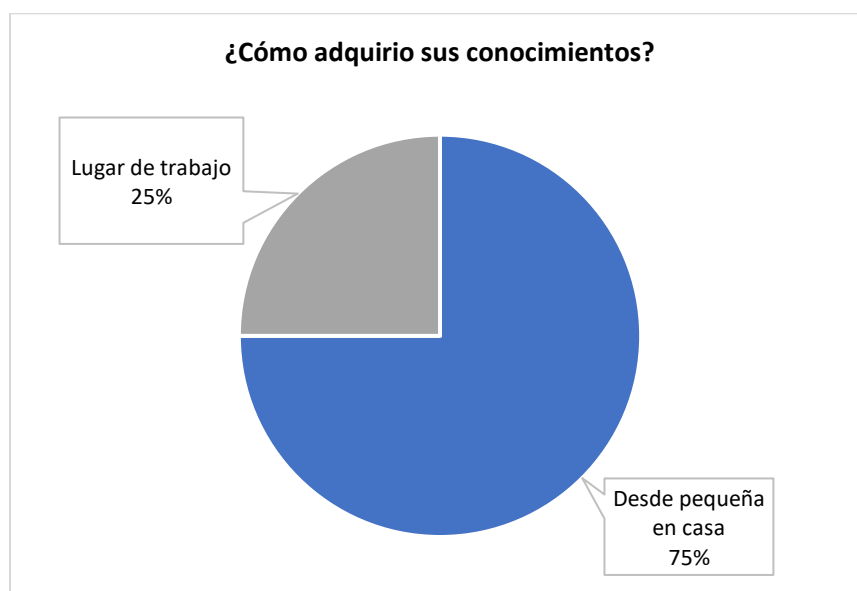
Como se puede apreciar en la figura 1, el 100 % de las cocineras tradicionales de la plaza La Perseverancia entrevistadas son de género femenino. Esto concuerda con lo expuesto por los autores consultados que reconocen que el oficio de cocinera está ligado a la mujer, ya que la historia relata que tradicionalmente las mujeres han sido las responsables de los alimentos y los utensilios básicos para la cocina.

**Figura 2. Tiempo de ejercicio del oficio de cocinera (Pregunta 1)**



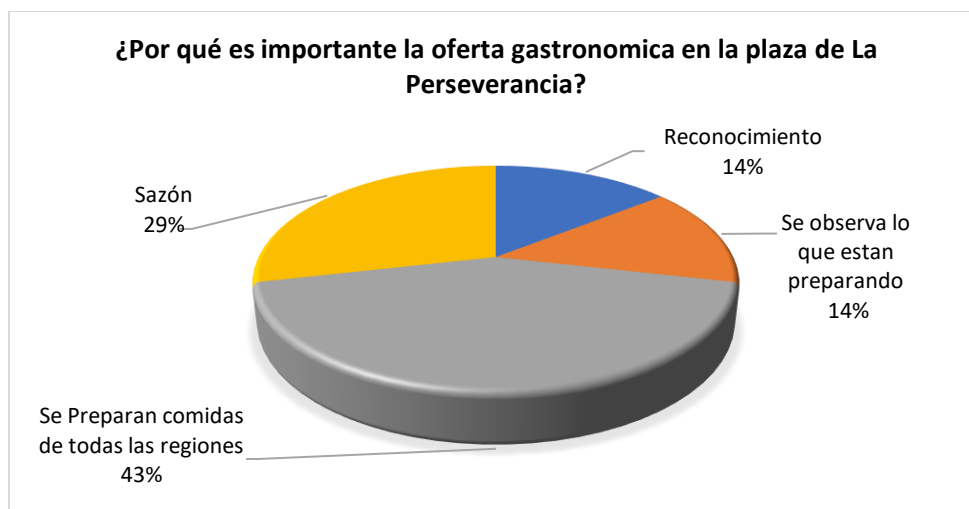
De acuerdo con la figura 2, las entrevistadas llevan más de 8 años de ejerciendo la labor como cocineras dentro de la plaza La Perseverancia. Sin embargo, es importante tener en cuenta que su labor como cocineras se remonta desde muchos años atrás.

**Figura 3. Adquisición de los conocimientos para ser cocinera (Pregunta 1)**



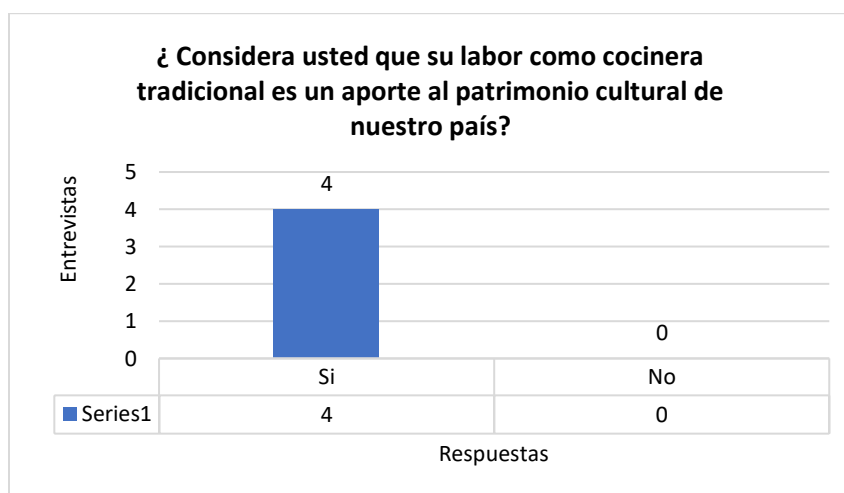
La figura 3 nos indica que el 75 % de las cocineras entrevistadas adquirieron sus conocimientos desde pequeñas, en sus casas, en cada de los lugares de origen de las entrevistadas. De igual forma se muestra que el 25% de las cocineras entrevistadas adquirieron sus conocimientos en el lugar de trabajo. Ninguna de ellas tiene formación profesional en gastronomía, sus conocimientos son empíricos.

**Figura 4. Importancia de la oferta gastronómica en la plaza La Perseverancia (Pregunta 2)**



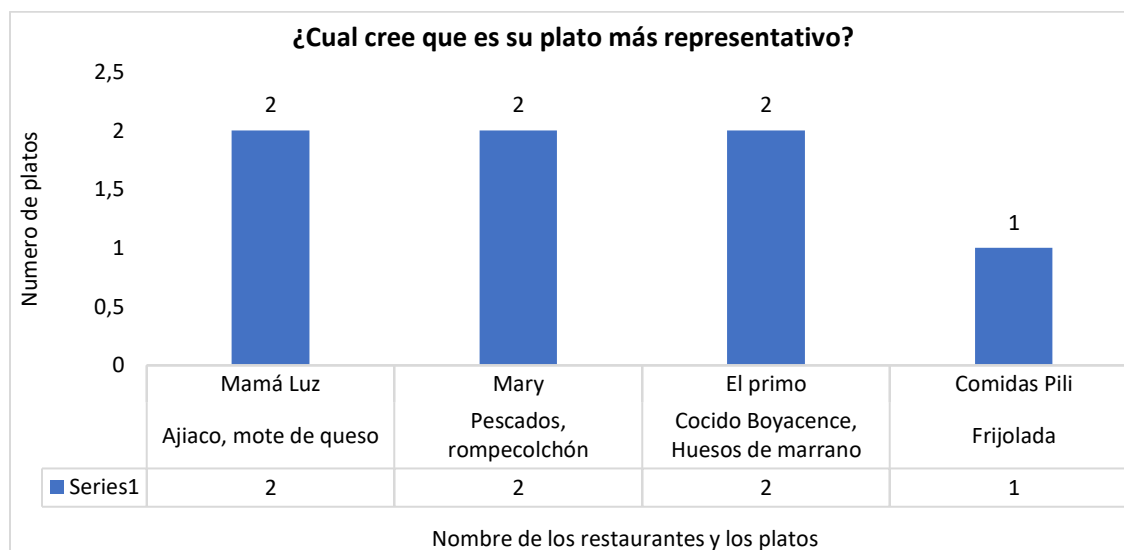
De acuerdo con la figura 4, el 43% de las cocineras entrevistadas consideran la oferta gastronómica de la plaza La Perseverancia es importante porque se preparan platos de todas las regiones del país, también se observa que el 29 % consideran que la sazón es importante, mientras que el 14 % consideran que el reconocimiento y la preparación frente al cliente son importantes en la oferta gastronómica.

**Figura 5. Aporte de las cocineras tradicionales al patrimonio cultural (Pregunta 3)**



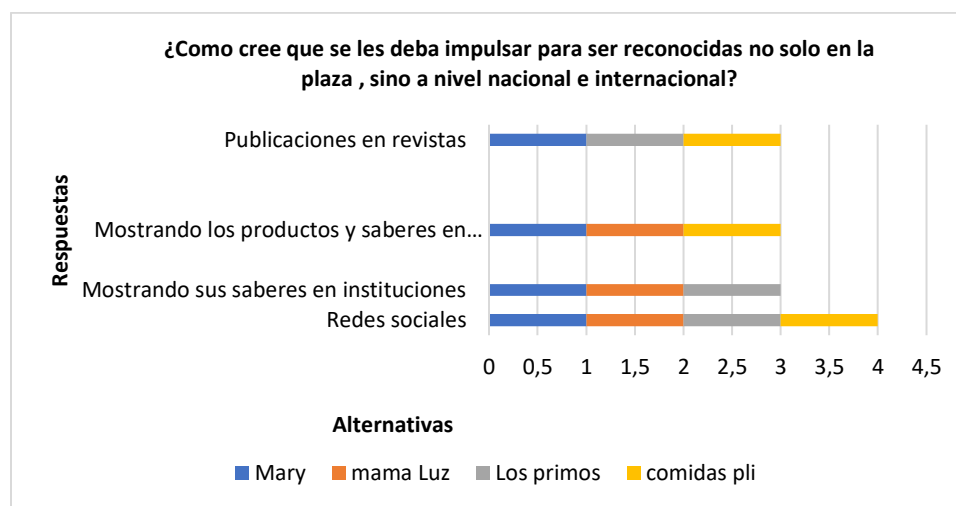
Los resultados mostrados en la figura 5 permiten interpretar que cada una de las entrevistadas reconocen que su labor si es un aporte a la cultura gastronómica del país, porque salvaguarda los platos tradicionales de nuestra cocina colombiana y porque es el resultado de un proceso largo de adquisición de conocimientos ancestrales que se van transmitiendo de generación en generación de manera viva, donde se aprende haciendo.

**Figura 6. Platos tradicionales más representativos (Pregunta 4)**



La figura 6 muestra que cada una de las cocineras entrevistadas tiene un plato representativo por el cual son reconocidas, sin dejar atrás las otras preparaciones que elaboran en sus restaurantes. Los platos más reconocidos de cada cocinera se incluyen en la tabla 4.

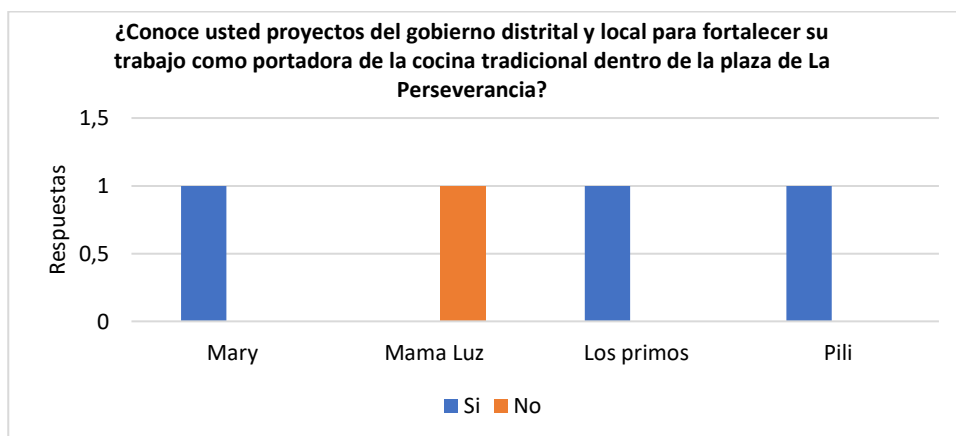
**Figura 7. Alternativas para impulsar el reconocimiento de las cocineras tradicionales (Pregunta 5)**



La figura 7 muestra que hay una necesidad de las entrevistadas de que se les reconozca su labor, porque en un principio eran rechazadas ante la sociedad, solo por trabajar en una plaza de mercado. Pero una vez el distrito reconoce a las plazas de mercado como centro cultural y fuente de trabajo, ellas adquieren un mejor estatus y empiezan a ser reconocidas en su labor de cocineras tradicionales, gracias a la ley de protección del patrimonio arquitectónico y cultural que incluye las plazas de mercado. Por otra

parte, con el apoyo de las administraciones locales y de las plazas ellas han obtenido un mayor reconocimiento como cocineras tradicionales y conservadoras de nuestro patrimonio gastronómico.

**Figura 8. Conocimiento de opciones para fortalecer el trabajo de las cocineras (Pregunta 6)**

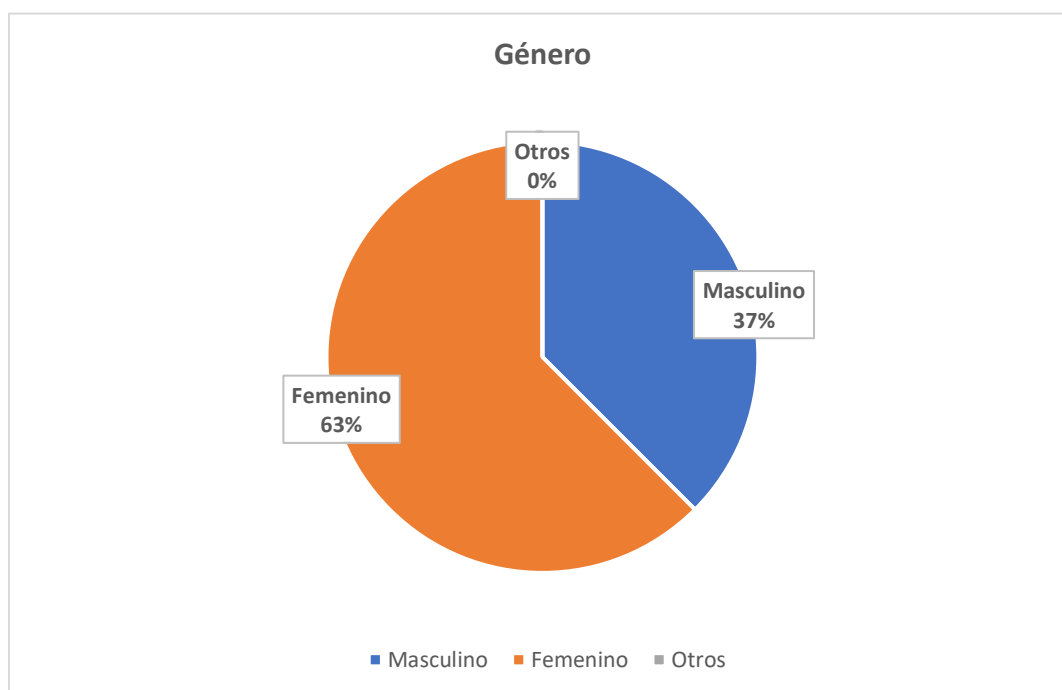


La figura 8 nos muestra que el 75% de las cocineras entrevistadas si conocen algunos proyectos del gobierno distrital y local para fortalecer su trabajo, que las capacitaciones son parte de una formación que tiene programada el IPES, sin embargo, una persona responde aún no ha accedido a estas posibilidades.

### 5.1.2 Análisis de las encuestas a las visitantes de la plaza

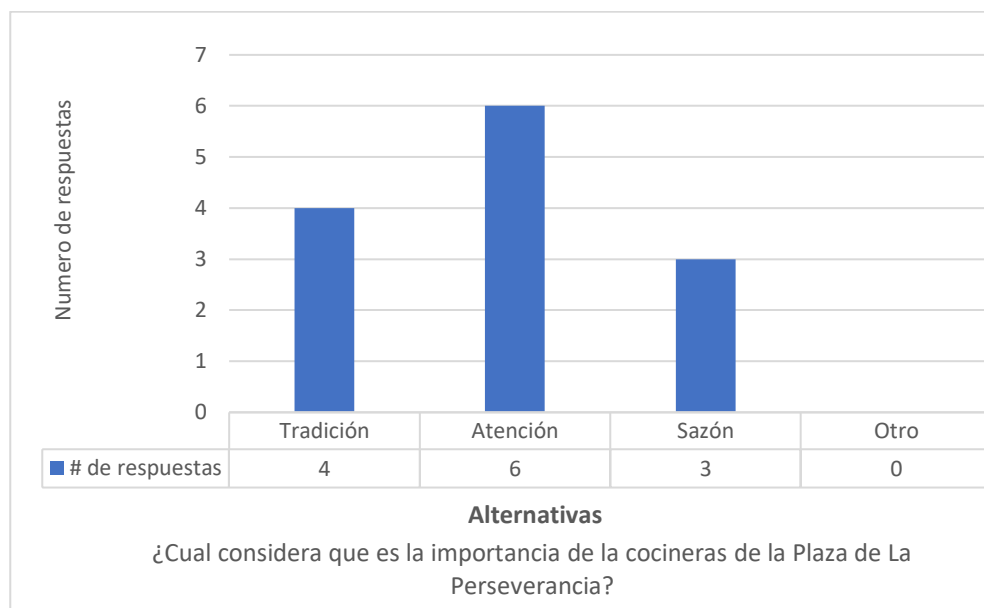
**Tabla 6. Caracterización de los visitantes encuestados**

Género	Edad	Lugar de procedencia	Restaurante que visita	Platos degustados
<b>M</b>	25	Bogotá	Comidas Pili	Desayuno
<b>F</b>	29	Bogotá	Comidas Pili	Tamales
<b>M</b>	30	Bogotá	Donde el Primo	Almuerzo, cocido Boyacense
<b>M</b>	30	Bogotá	El sabor colombiano	Huesitos de marrano
<b>F</b>	45	Bogotá	Doña María	Desayuno

**Figura 9. Género reportado por los visitantes de la plaza**

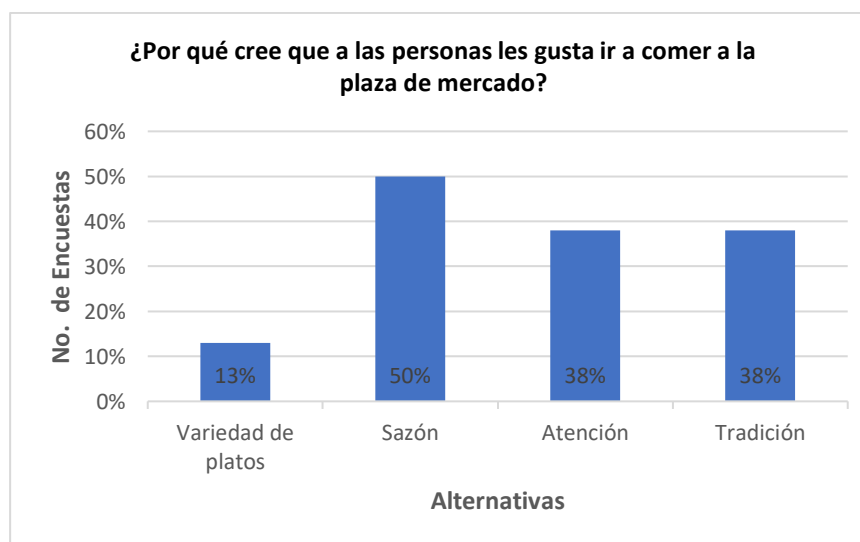
En la figura 9 se observa que de las personas visitan la plaza de La Perseverancia el 63% fueron mujeres y un 38% restantes hombres, lo cual muestra que las mujeres son las que más frecuentan la plaza de mercado, sin embargo, hay que tener en cuenta que estos datos son representativos para los días y horarios en que se realizó la actividad, entre semana en horas del mediodía.

**Figura 10. Importancia de las cocineras en la Plaza de La Perseverancia. (Ítem 1 encuesta)**



De acuerdo con la figura 10 las personas encuestadas consideran que es muy importante la atención que tienen las señoras a las personas que visitan la plaza de mercado, esta atención es una forma de atraer a comensales para disfrutar sus preparaciones. También se ve que la tradición es parte importante de estas cocineras porque les manifiesta la comida de otras partes del país, además contienen una sazón que solo lo pueden lograr estas mujeres, con su experiencia y dedicación.

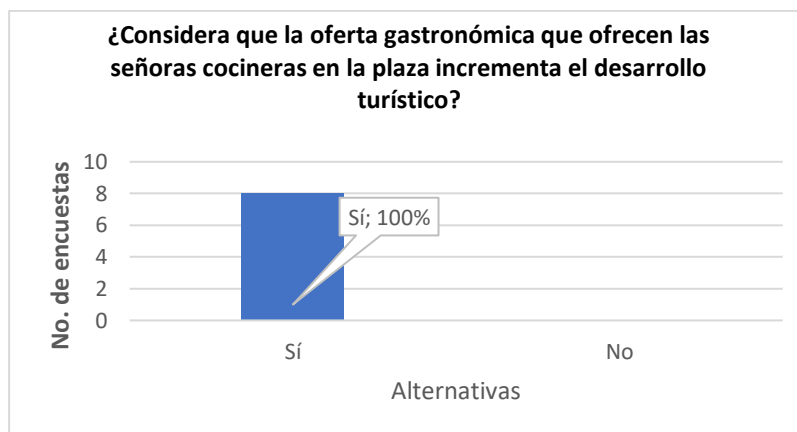
**Figura 11. Razones por las que ir a comer a la Plaza de La Perseverancia. (Ítem 2 encuesta)**



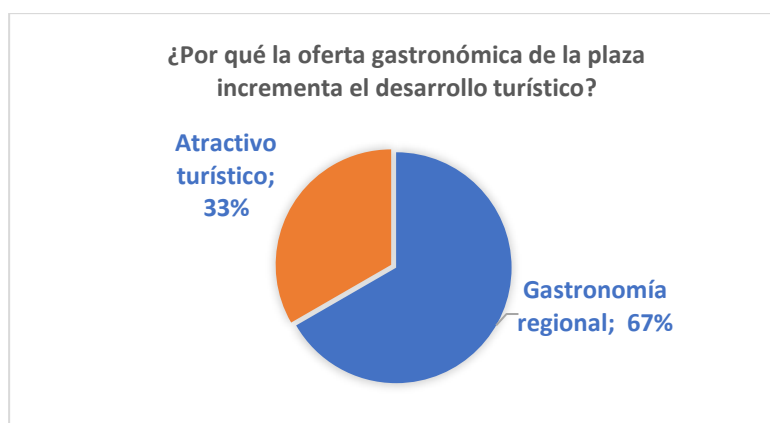
Ante la pregunta sobre las razones para ir a comer la plaza de La Perseverancia la figura 11 muestra que la sazón de los platos preparados es el principal atractivo para la mitad de los encuestados que van allí a

almorzar, le sigue con igual importancia la tradición y la atención (38% de los encuestados) y corroborando que servicio que allí se ofrece y las costumbres influyen para atraer más visitantes a la plaza.

**Figura 12. Importancia de la oferta gastronómica en el turismo. (Ítem 3 encuesta)**



**Figura 13. Importancia de la oferta gastronómica en el turismo. (Ítem 3 encuesta)**



El 100% de los entrevistados afirma que la oferta gastronómica de la plaza de mercado de La Perseverancia se considera un importante atractivo turístico lo que invita a diferentes turistas de Colombia, e inclusive internacionales, (figuras 12 y 13) sin embargo la principal razón por la que los visitantes van a comer a la Plaza es la variedad de platos regionales que pueden encontrar allí. Lo cual fomenta el desarrollo turístico de la ciudad y como lo afirman algunos autores, los turistas seleccionan un destino por su oferta gastronómica llena de historia y saberes tradicionales. (Siti et al., 2015)

**Figura 14. Importancia de las cocineras de la Plaza en nuestra gastronomía. (Ítem 4 encuesta)**



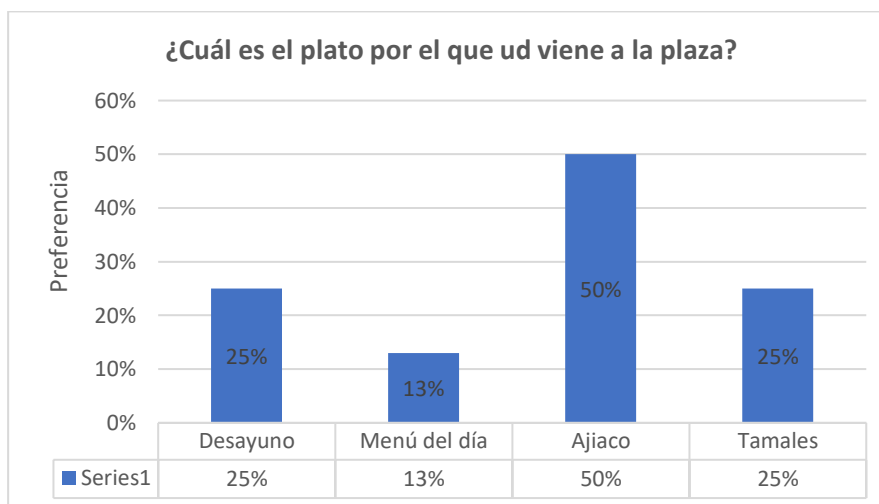
**Figura 15. Aportes de las cocineras de la Plaza en nuestra gastronomía. (Ítem 4 encuesta)**



Las figuras 14 y 15 muestran que existe un consenso acerca de la importancia de las cocineras de la Plaza ya que, al converger de diferentes lugares de nuestro país, trayendo consigo sus ingredientes, costumbres y enseñanzas para darlas a probarlas en sus platos, son portadoras del sabor regional y de la una tradición gastronómica de las diversas culturas existentes en Colombia.

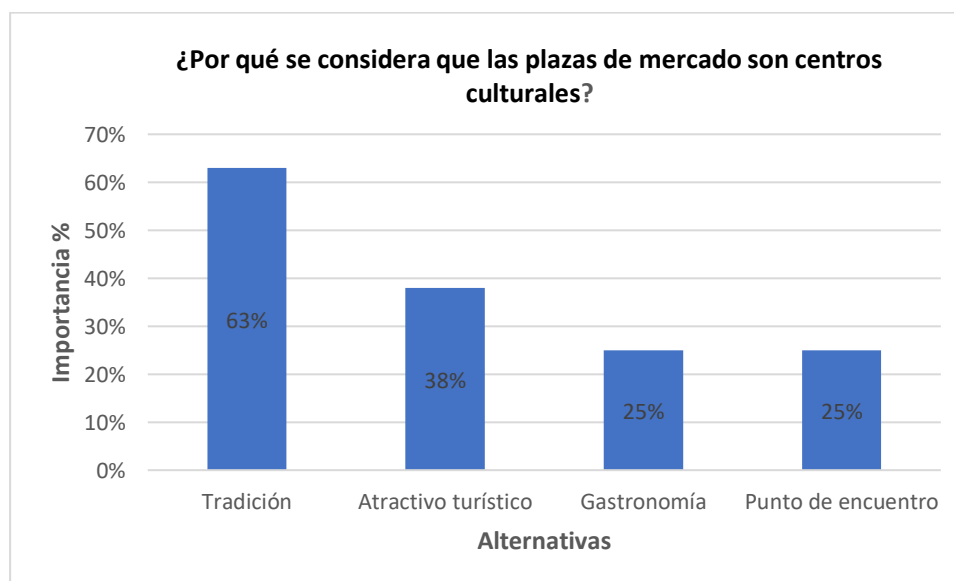


**Figura 16. Preferencia de los platos ofertados en la plaza por parte de los visitantes (Ítem 5 encuesta)**



Las personas que visitan la plaza de La Perseverancia van en búsqueda de la variedad de platos que se ofrecen el lugar, en la figura 16 vemos que el ajiaco es el más apreciado por los visitantes siendo este reconocido como el plato típico de la capital colombiana. También es de interés resaltar que algunos visitantes van más de una vez al día a la plaza y que allí realizan varias de sus comidas diarias.

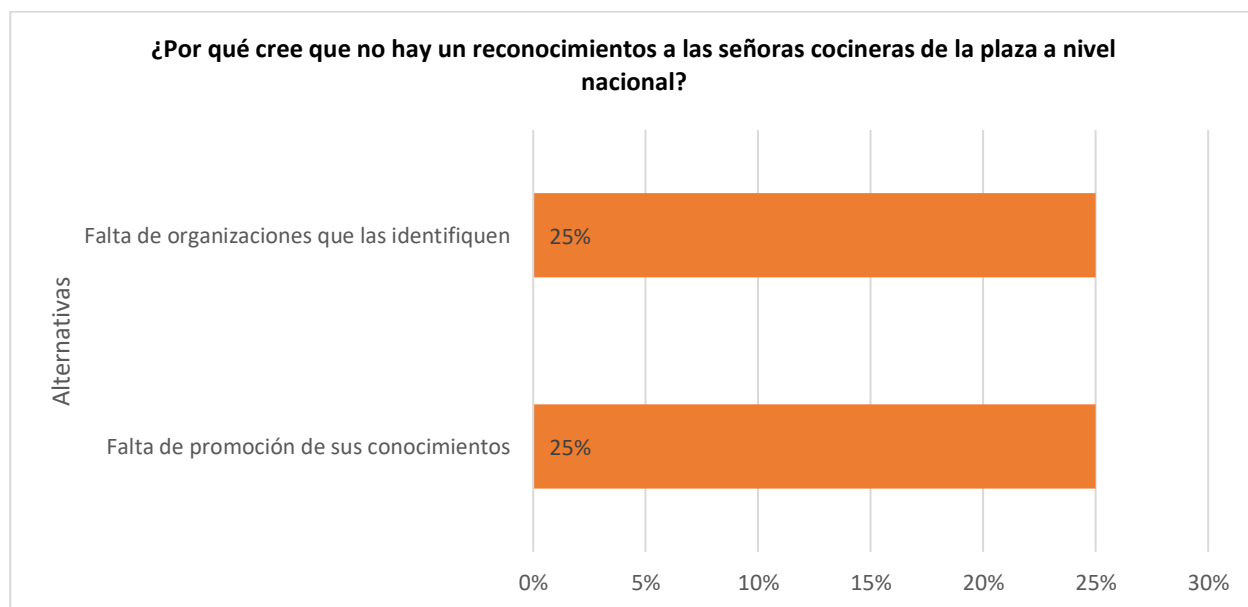
**Figura 17. Plazas como centros culturales (Ítem 6 encuesta)**



Los visitantes de las plazas de mercado las consideran como centros de importancia debido a que son lugares donde, principalmente se observan las tradiciones culturales de las regiones

colombianas y permiten su preservación. Adicionalmente el 38% encuestados manifestaron que las plazas de mercado representan un atractivo turístico debido a la que son focos donde se expone la cultura local y regional. (Figura 17)

**Figura 18. Reconocimiento de las señoras cocineras (Ítem 7 encuesta)**



De acuerdo con la figura 18, las personas encuestadas opinaron que falta más reconocimiento a las cocineras de la plaza, en dos aspectos con igual relevancia a) promocionar los conocimientos tan diversos e importantes a nivel culinario que tienen, y b) el apoyo de organizaciones que las identifiquen como personas influyentes a nivel cultural. Estos factores identificados pueden servir para desarrollar proyectos con los cuales mejorar la visibilidad que tienen las cocineras de la plaza de La Perseverancia.

## 5.2 Análisis

Por medio de los resultados del presente estudio encontró que las mujeres que laboran en esta plaza ofrecen una serie de alimentos que provienen de sus cocinas regionales y que cada uno de estos platos muestra su rol y reafirma su identidad cultural presente en los hábitos culinarios que han sido transmitidos de generación en generación.

Ya que todas las personas que se encontraron ejerciendo el oficio de cocineras tradicionales en la plaza son de género femenino se corroboró la asociación existente en tradicionalmente entre las mujeres y la responsabilidad de preparar los alimentos y transmitir los conocimientos asociados a ellos.

Por otra parte, estas cocineras tradicionales no saben desde que momento adquirieron este conocimiento ya que muchas de ellas han pasado gran parte de su vida asociadas a la cocina, pero son conscientes de que estas experiencias acumuladas y afianzadas desde su niñez hasta su presente son las que le dan la autoridad sobre las costumbres de su gastronomía regional.

Afirman estas cocineras que, para cocinar bien se debe disfrutar de todo lo que se hace, desde las emociones y el amor que se le pone hacen parte de la elaboración del plato de comida. Igualmente, estas cocinas les han permitido una serie de oportunidades para mostrar sus conocimientos ancestrales alrededor de un fogón para el mundo, gracias a estos saberes.

Se encontró a partir de los instrumentos empleados que hacen falta proyectos donde se les reconozca como portadoras de conocimientos ancestrales gastronómicos de acuerdo con la región al cual pertenecen y les permita la transmisión de esos conocimientos a nuevas generaciones o como embajadoras de su cultura presentarla al mundo con el fin de ampliar la variedad de gastronómica representativa de Colombia lo cual se ha establecido como un atractivo de gran importancia para los viajeros que desean venir al país.

## 6. Conclusiones y recomendaciones

### 6.1 Conclusiones

Este proyecto mostró el rol y la identidad gastronómica de las cocineras tradicionales en la plaza de La Perseverancia, a partir de la muestra de su legado cultural gastronómico, el cual dejan en cada plato que elaboran, esto propicia el reconocimiento de la diversidad de tradiciones culinarias tanto regionales como locales, las cuales son identificadas por medio de los ingredientes y las técnicas de cocción propios del origen particular de cada cocinera los cuales son los que le dan la sazón típica al plato y corresponden a uno de los atractivos principales para los visitantes que van a comer a las plazas de mercado.

Se establece así que presencia de las cocineras tradicionales permite que la plaza de la Perseverancia forme parte de un patrimonio cultural y en consecuencia de esto se desarrolle un turismo principalmente gastronómico que hace que los viajeros lleguen a la Plaza de La Perseverancia a conocer y deleitar su paladar.

Dentro de esta oferta gastronómica de la plaza de la Perseverancia se encontró que hay variedad de platos que representan las diferentes regiones del país entre ellos esta, el ajiaco santafereño, pescados preparados en diferentes formas, el cocido boyacense, los tamales tolimenses, el mote, preparados por expertas cocineras con más de 40 años de experiencia conjunta quienes hacen de su trabajo en la cocina una experiencia digna de conocer. Además, señalan las personas que con frecuencia visitan los restaurantes de la plaza que todos los platos allí elaborados generan mayor atractivo ya que sus recetas vienen de saberes tradicionales haciendo parte de un legado cultural de nuestra gastronomía colombiana.

De acuerdo con las observaciones realizadas los problemas actuales de la gastronomía tradicional son originados por la falta de interés y la escasa transmisión de los conocimientos acerca de los ingredientes y los modos de preparación de los platos asociados a las distintas regiones de Colombia.

Al no dar mérito a esta gastronomía también se desconocen a las cocineras tradicionales y su importante labor, y de esta forma se restringe la formación de futuras generaciones, quienes cada vez están menos atraídas por mantener este legado. Sin embargo, es importante reconocer que algunas de estas mujeres con su pujanza han roto estos paradigmas lo que les ha permitido obtener reconocimientos nacionales e internacionales, convirtiéndose en mujeres exponentes de la increíble cultura gastronómica tradicional del país.

## 6.2 Recomendaciones

Se sugiere que la información que existe sobre las plazas y la comida que en ella se vende sea presentada en medios tecnológicos de forma novedosa para que lleve al turista a visitar y probar la oferta gastronómica lo cual incrementa el reconocimiento de las cocineras tradicionales y les permiten aumentar sus ingresos.

Promover proyectos conjuntos entre el sector público y el sector privado para ayudar a visibilizar las cocineras tradicionales y sus tradiciones culinarias con el fin de promover que este patrimonio cultural gastronómico existente dentro de las plazas de mercado sea más conocido fuera de ellas y obtenga.

Establecer planes de mejora continua para los negocios de comida tradicional existentes en la plaza de mercado de la Perseverancia con el fin de que puedan responder las necesidades del mercado turístico y cumplir con su papel de transmisoras del conocimiento gastronómico tradicional. Dentro de estos planes se pueden realizar actividades como la formación en un segundo idioma, participación de los turistas en talleres elaboración de platos tradicionales, o degustación de ingredientes típicos.

## Referencias Bibliográficas

Andrés López Ojeda, (2016) Ser y Estar, Culinaria revista especializada en gastronomía, No.12. UAEM.[http://web.uaemex.mx/Culinaria/doce\\_ne/pdf\\_culinaria\\_doce/ser\\_estar\\_gastronomia\\_culinaria\\_uaemex.pdf](http://web.uaemex.mx/Culinaria/doce_ne/pdf_culinaria_doce/ser_estar_gastronomia_culinaria_uaemex.pdf)

Archivo de Bogotá, La perseverancia, Barrio obrero de Bogotá. (2007). [http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos\\_secretaria\\_general/PERS EVERANCIA.pdf](http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos_secretaria_general/PERS EVERANCIA.pdf).

Arévalo Medina, Juan Pablo, Gallego Bedolla, Juan Camilo. (2019) Representación Gastronómica en las principales plazas de mercado. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/803>.

Bernal Margarita, Bogotá Plazas de mercado. Gastronomía tradicional. Volver a la Plaza. <http://www.plazasdemercado.com/volver-a-la-plaza/>. consultado febrero 24 de 2021

Bogotá, IDPC, Bogotagolo 3.0 (2012), diccionario las palabras de Bogotá en Pasado presente y futuro. <https://idpc.gov.co/tag/bogotalogo/>

Bogotá, plazas de mercado. La perseverancia Gastronomía tradicional. <http://www.plazasdemercado.com/plazas-de-mercado-de-bogota/>

Cahua, J. (2011). Nina Mikhuna. Fusión de siglos y culturas. Recuperado de <http://ninamikhuna.tripod.com/historiadelaocinaperuana.html>

Castiblanco F. Roldan (2011) Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad. [https://www.researchgate.net/publication/336603229\\_Las\\_Plazas\\_de\\_mercado como\\_lugares\\_de\\_memoria\\_en\\_la\\_CiudadCiudad](https://www.researchgate.net/publication/336603229_Las_Plazas_de_mercado_como_lugares_de_memoria_en_la_CiudadCiudad)

Corabastos. Nuestra historia. <https://www.corabastos.com.co/es/node/151>.

EFE MÉXICO 10 oct. (2017), Cocineras tradicionales, portadoras de antiguos sabores y saberes de México. <https://www.efe.com/efe/espana/cronicas/cocineras-tradicionales-portadoras-de-antiguos-saberes-y-sabores-mexico/10013-3404162>.

Évalo Enrique Bernal V. Abnner David Rueda M (2016). Identidad Gastronómica, recuperación de cocina tradicional. [https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/3590/ident\\_gastronomica.pdf](https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/3590/ident_gastronomica.pdf)

RIET (2008). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Ruiz Gutiérrez Liliana, Cruz Niño Esteban, La Perseverancia, Barrio Obrero de Bogotá [http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos\\_secretaria\\_general/PERS EVERANCIA.pdf](http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos_secretaria_general/PERS EVERANCIA.pdf) .

Estrada Mariana (2018), Resurgimiento de las plazas de mercado.  
<https://www.directobogota.com/post/2018/12/03/el-resurgimiento-de-las-plazas-de-mercado>

IPES, (2017) Plaza de mercado distrital la Perseverancia  
<http://www.ipes.gov.co/index.php/programas/plazas-de-mercado/plaza-distrital-de-mercado-la-perseverancia>

Juan Luis (2015), Porconocer, plaza de mercado de Paloquemao.  
<https://www.porconocer.com/colombia/plaza-de-mercado-de-paloquemao-en-bogota.html>

Los Foodistas, Las Mujeres de la Gastronomía Unidas contra la Invisibilidad (2019).  
[https://losfoodistas.com/mujeres\\_gastronomia\\_espana/](https://losfoodistas.com/mujeres_gastronomia_espana/) Consultado febrero 24 de 2021

Ministerio de cultura (2012), Política para el conocimiento, la salvaguardia, el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/557/55762966008/html/index.html>

Ministerio de Cultura (2016) Sabores & Saberes del Pacífico colombiano.  
<http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/Biodiversidad.pdf>

Ministerio de Cultura (2012). Biblioteca básica de cocinas tradicionales de Colombia. Ministerio de cultura, Bogotá. <https://mincultura.gov.co/areas/patrimonio/Paginas/bibliotecas-de-cocinas.aspx>

Pérez De Arlucea, Ana. (2020) Así trabajan las cocineras en 1922.  
<https://www.elcomercio.es/culturas/gastronomia/gastrohistorias-asi-trabajaban-cocineras-1922-20200829211710-ntrc.html>. Consultado. 25 / 02/ 2021.

Pérez De Arlucea, Ana. (2020) Así trabajan las cocineras en 1922.  
<https://www.elcomercio.es/culturas/gastronomia/gastrohistorias-asi-trabajaban-cocineras-1922-20200829211710-ntrc.html>. Consultado 25 / 02 /2021.

Radio Nacional De Colombia, (2021). Plazas de Mercado: Un pilar de la seguridad alimentaria.  
<https://www.radionacional.co/noticia/actualidad/plazas-de-mercado-pilar-de-la-seguridad-alimentaria>.

Restrepo Cecilia, Saavedra Helena (2007) El mercado de la plaza Mayor de Santafé en el siglo XIX vistos por los viajeros. Tomado del libro “De la Sala al comedor”.  
<https://www.historiacocina.com/paises/articulos/colombia/mercado.htm>. Consultado, 02/03/ 2021

Sánchez, Enrique (2019), Ver, preguntar, y cocinar. La cocina tradicional del pacífico colombiano.  
<https://www.redalyc.org/journal/557/55762966008/html/>

Unigarro Solarte, Catalina (2010). Patrimonio cultural alimentario. Fondo Editorial. Ministerio de Cultura, Quito. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/118582-opac>

UNESCO (2004) Patrimonio inmaterial.

[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852_spa)



## Anexos

### Anexo 1. Formato de entrevista semiestructurada para cocineras tradicionales

La invito a participar de este proyecto de investigación con fines académicos para la Corporación Universitaria UNIMINUTO en Bogotá, para conocer el rol de las cocineras tradicionales como portadoras de patrimonio cultural gastronómico y su aporte al desarrollo turístico.

Cabe indicar que la información recopilada es confidencial y solo será de uso para la investigación que se está realizando.

Nombre: \_\_\_\_\_

Restaurante \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántos años lleva en el ejercicio de ser cocinera y cómo adquirió este conocimiento?
2. ¿Por qué es importante la oferta gastronómica, en la plaza de La Perseverancia?
3. ¿Considera usted que su labor como cocinera tradicional es un aporte al patrimonio cultural de nuestro país? ¿Porqué?
4. ¿Cuál cree Ud. que es el plato que prepara más representativo, la reconocen por él y vienen a buscarla? ¿Cuáles son sus ingredientes?
5. ¿Cómo cree que se les debe impulsar para ser reconocidas no solo en la plaza, sino a nivel nacional e internacional?
6. ¿Conoce usted proyectos del gobierno distrital y local para fortalecer su trabajo como portadora de la cocina tradicional dentro de la plaza de La Perseverancia?

## **Anexo 2. Formato de encuesta para el visitante que va a comer en los restaurantes de la plaza**

Lo invito a participar de este proyecto de investigación con fines académicos para la Corporación Universitaria UNIMINUTO en Bogotá, para conocer el rol de las cocineras tradicionales como portadoras de patrimonio cultural gastronómico y su aporte al desarrollo turístico.

Cabe indicar que la información recopilada es confidencial y solo será de uso para la investigación que se está realizando.

Genero

Masculino

Femenino

Otro

1. ¿Cuál considera, que es la importancia de las cocineras en la plaza de La Perseverancia?
2. ¿Por qué cree que a las personas les gusta ir a comer a la plaza de mercado?
3. ¿Considera que la oferta gastronómica que ofrecen las señoras cocineras en la plaza incrementa al desarrollo turístico?
4. ¿Las cocineras de la plaza, son portadoras de la tradición y costumbres de nuestra gastronomía?
5. ¿Cuál es el plato de comida por el que vienen a la plaza, y que sea el más representativo?
6. ¿Por qué las plazas de mercado son centros culturales?
7. ¿Por qué cree que no hay un reconocimiento a las señoras cocineras de la plaza a nivel nacional?

### Anexo 3. Evidencia fotográfica de la visita a la Plaza de La Perseverancia



Foto 1..Sergio Antolínez, (2021) Fachada de la plaza de La Perseverancia.

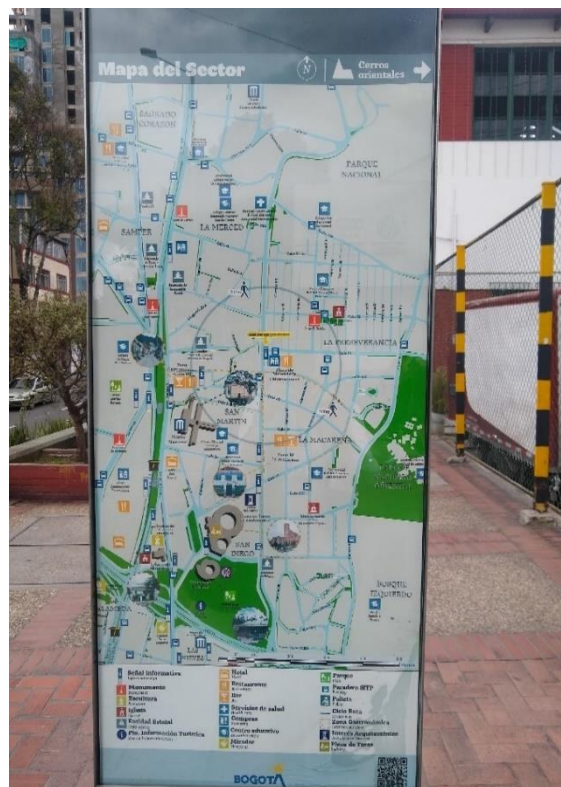


Foto 2. Sergio Antolínez. (2021). Mapa del sector donde está ubicada la plaza de La Perseverancia



Foto 3.Sergio Antolínez, (2021). Placa conmemorativa de la plaza de La Perseverancia.



Foto 4.Sergio Antolínez, (2021). Escudo de la plaza de la Perseverancia



Foto 5. Sergio Antolínez (2021) Interior de la Plaza, restaurantes.



Foto 1. Sergio Antolínez (2021) Aviso restaurante de Mary.



Foto 7. Sergio Antolínez, (2021) Sra. Mary en su cocina



Foto 8. Sergio Antolinez, (2021) Cocina auxiliar restaurante Mary



Foto 9. Sergio Antolinez, (2021) Preparación de alimentos restaurante Mary



Foto 10. Sergio Antolinez, (2021) Patacones con suero, Restaurante Mery



Foto 11. Sergio Antolinez, (2021) Visitantes plaza La Perseverancia

Foto 12. Sergio Antolinez, (2021) Visitantes plaza La Perseverancia



Foto 13. Sergio Antolínez . Aviso restaurante Comidas Pili (2021)





Fotos 14. Sergio Antolínez, (2021) Desayuno restaurante Pili.



Foto 15 Sergio Antolínez, (2021) Desayuno restaurante Pili.



Fotos 16. Sergio Antolinez, (2021) Mama Luz en su cocina y auxiliares



