

Notas de investigación

La cultura gastronómica p'urhépecha como un gran activo turístico en Michoacán

**Marco Antonio Serrato Garcíaⁱ, Víctor Manuel Rayas Carbajalⁱⁱ,
Román Tomás Murillo Salgadoⁱⁱⁱ**

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)

José Ángel Díaz Rebolledo

Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Michoacán (México)

Resumen: En México existe un gran número de comunidades indígenas de origen prehispánico. En el estado de Michoacán, el cual posee una gran riqueza cultural, destaca la cultura p'urhépecha. Por la misma riqueza que posee el estado, gran parte de su economía se basa en el turismo tanto nacional como internacional. Por esta razón se realizó una serie de estudios para aprovechar en una mayor medida esta situación, teniendo como resultado la puesta en acción del evento denominado "Encuentro de cocina tradicional de Michoacán" que se ha venido realizando cada año desde el 2004. En este artículo se muestra la justificación de dichos estudios, así como las primeras conclusiones de los mismos y los resultados del evento gastronómico.

Palabras clave: Turismo; cocina tradicional; Comunidades indígenas; Cultura p'urhépecha; Michoacán; México.

Title: P'urhépecha food culture as a great tourist activity in Michoacan

Abstract: In Mexico exists a great number of indigenous communities of pre-hispanic origin. In the State of Michoacan, which possesses a great cultural richness, the p'urhépecha culture stands out. Because of the state's richness, great part of its economy is based on national and international tourism. For this reason, a series of studies were realized in order to take further advantage of this situation. The result was the event called "Meeting of Michoacan's traditional cooking", which has taken place every year since 2004. In this article, the justification of the above mentioned studies is shown, as well as its first conclusions and the results of the gastronomic event.

Keywords: Tourism; Traditional cooking; Indigenous communities; P'urhépecha culture; Michoacan; Mexico.

ⁱ Doctor en Ingeniería Industrial – Iowa State University – Estados Unidos. Director de la Escuela de Graduados e Investigación – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Email: mserrato@itesm.mx

ⁱⁱ Estudiante de Doctorado en Ingeniería Industrial – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Ingeniero Industrial y de Sistemas – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Morelia - México. Email: victor.rayas@invitados.itesm.mx

ⁱⁱⁱ Estudiante de Maestría en Ingeniería Industrial – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Ingeniero en Electrónica – Instituto Tecnológico de Morelia. Email: roman.murillo@invitados.itesm.mx

Introducción

El turismo es uno de los sectores de la economía mexicana con mayor capacidad de generar beneficios y efectos positivos en aspectos sociales, económicos y ambientales. Sin embargo, la consolidación de la actividad turística no se puede alcanzar de manera aislada, pues requiere del esfuerzo profesional y coordinado entre los sectores público, privado y educativo. Esto es de especial importancia cuando se considera la inclusión de diversos grupos sociales para la obtención de dichos beneficios, entre los que resaltan comunidades y grupos indígenas. Tal y como lo establece la Organización Mundial de Turismo (WTO, 2006), la actividad turística es un claro motor de desarrollo, puesto que es capaz de generar riqueza, empleos y beneficios en el corto y mediano plazo. En el caso particular de México, el turismo ha sido identificado como un pilar de la economía nacional. Tan sólo durante el año 2008, el turismo representó el 7.8% del Producto Interno Bruto (PIB) del país (INEGI, 2009). De igual manera, se observó que el 5.4% de la población económicamente activa trabaja en actividades directamente vinculadas a este sector económico. Además, el turismo ha generado inversiones por más de 12,833.24 millones de dólares en tan sólo del 2002 al 2008 (Carral, 2008).

Este sector es de especial importancia en entidades como Michoacán, donde su atractivo cultural e histórico, asociado con el bajo desarrollo económico en sus diversas regiones, posicionan al turismo como una base para la creación de riqueza, desarrollo y equidad social. Ac-

tualmente, Michoacán ocupa el 27° lugar (entre treinta y un entidades federativas) en términos de desarrollo económico en México (Campos, et.al., 2007). Sin embargo, es un estado con alto reconocimiento por su riqueza y diversidad cultural, lo que contribuye a que un porcentaje importante del PIB estatal sea generado a través del sector turismo (Secretaría de Turismo de Michoacán, 2008).

El estado de Michoacán se encuentra en la zona centro-occidente de la República Mexicana (figura 1), y colinda con los estados de Guanajuato al norte, Jalisco al norte y al oeste, Querétaro al noreste, el Estado de México al este, Guerrero al sur y sureste, así como Colima al oeste. Morelia, capital de Michoacán, es también reconocida como una “ciudad satélite”, desde la que pueden visitarse otras ciudades importantes del país como el Distrito Federal, Guadalajara, León, Querétaro, entre otros (figura 2).

Turistas nacionales e internacionales visitan sus diversas ciudades, áreas naturales y sitios arqueológicos, asistiendo de igual manera a sus eventos culturales de carácter nacional e internacional, tal como la altamente reconocida “Noche de muertos”, el Festival Internacional de Cine de Morelia, el Festival Internacional de Música “Miguel Bernal Jiménez”, entre otros.

En cuanto a la zona p'urhé, esta se divide en cuatro regiones: la región lacustre, la meseta, la ciénega de Zacapu y la cañada de los Once Pueblos (figura 3).

Todos estos elementos posicionan a Michoacán como un estado con un gran potencial y atractivo turístico. Prueba de ello, y como se establece en el documento “Tu-



Figura 1. Ubicación del Estado de Michoacán



Figura 2. Ciudades cercanas a Morelia, Michoacán

rismo Michoacán, Memoria Sexenal” (2008), aproximadamente 7.27 millones de personas visitaron la entidad durante 2007. La duración promedio de su estancia fue de 3.5 noches, generando un gasto promedio de \$52.10 dólares/persona/día. La derrama económica anual a nivel estatal por dicha actividad turística fue superior a los 1,061 millones de dólares durante dicho año.

Origen del proyecto

Como se mencionó anteriormente, el Estado de Michoacán es una de las entidades con el nivel de desarrollo económico más bajo en México. Sin embargo, ha sido reconocido a través de la historia por su potencial para diversas actividades turísticas. Los ingresos provenientes de este sector económico, así como el número de turistas que visitan la entidad, se han incrementado en forma significativa en los últimos años.

Todas las estadísticas y resultados mencionados anteriormente, muestran los éxitos y beneficios generados por la actividad turística en esta entidad de México. Sin embargo, el reto establecido por la Secretaría de Turismo de Michoacán, en coordinación con el grupo de investigadores del Tecnológico de Monterrey, era identificar condiciones e iniciativas que promovieran una adecuada inclusión social y distribución equitativa de riqueza entre los grupos de habitantes existentes en la entidad. El objetivo era mantener e incrementar la actividad turística, haciendo partícipes a todos los grupos sociales presentes en Michoacán. Dicha iniciativa debería además estar asociada con una estrategia que permitiera promover y poner en valor a una de las culturas más importantes de la región: la cultura p’urhépecha, identificada y reconocida como uno de los principales activos culturales de la entidad.

Es por esta razón que la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán, en coordinación con investigadores del Tecnológico de Monterrey, pusieron en marcha el estudio denominado

Perfitur, cuyo objetivo era llevar a cabo un sondeo entre turistas que visitan las distintas regiones de la entidad, durante todos los períodos vacacionales (de temporada alta y baja) considerados a lo largo del año. La intención de dicho sondeo era determinar el perfil socioeconómico de los turistas, así como sus niveles de satisfacción, actitudes e intereses ante distintas variables.

Los resultados del estudio Perfitur han sido satisfactorios al día de hoy (se ha estado realizando de manera continua durante cuatro años consecutivos). Como se

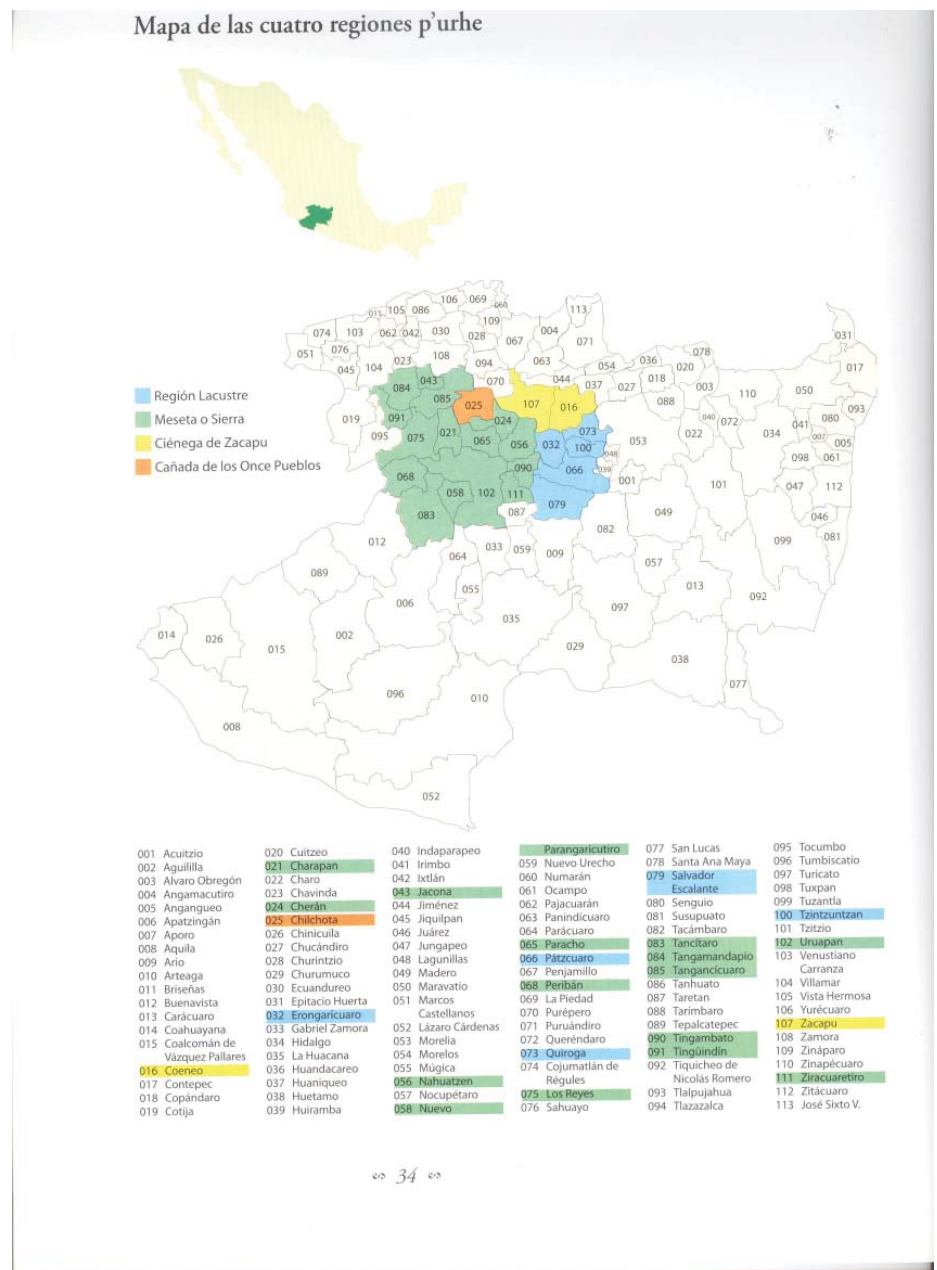


Figura 3. Regiones de la zona p'urhé (Ojeda, 2004)

mostrará en las siguientes secciones, se ha generado información relevante que ha motivado la puesta en valor de la cocina tradicional p'urhépecha, a través de diversas estrategias definidas por la Secretaría de Turismo de Michoacán, con el apoyo del grupo de investigadores del Tecnológico de Monterrey. De manera particular, la puesta en valor de la cocina p'urhépecha se ha logrado a través del desarrollo del "Encuentro de cocina tradicional p'urhépecha", que surgió como consecuencia de la investigación desarrollada en el presente proyecto, y que se terminó de estructurar y definir con la iniciativa de la Secretaría de Turismo de Michoacán. Todo esto se logró mediante un detallado proyecto de investigación, que permitió generar información, estrategias y acciones, que contribuyeron a la obtención de resultados relevantes, que se mostrarán en la presente investigación.

Justificación

Como establece Gloria López Morales (2009): "un pueblo que reniega o pierde sus costumbres en torno a la comida, pierde no sólo su identidad, sino también su soberanía". De ahí la importancia de la labor desarrollada a través de esta iniciativa en Michoacán, puesta en marcha con el fin de resaltar los valores de las prácticas en torno a la cocina tradicional, a la producción de alimentos y al ambiente cultural que la constituyen.

Es innegable la necesidad de difundir y promover la cocina mexicana como uno de los signos distintivos en el panorama de la diversidad cultural del mundo. Por esta razón, se ha presentado la candidatura para que la cocina tradicional mexicana forme parte de la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO. La iniciativa fue fruto de la inspiración y la convicción acerca de las bondades de lo que siempre se ha comido en el país.

De manera particular, la cocina tradicional de Michoacán destaca como un gran referente en esta iniciativa. Gracias a las cocineras tradicionales existentes en la entidad, se ha podido dar a conocer al mundo la cocina tradicional de las comunidades del estado, buscando mantenerla viva, vigorosa y siempre sabrosa. Esto sucede por virtud de las enseñanzas de madres a hijas, que han sabido transmitir de generación en generación los conocimientos y secretos que dicha cocina tiene. Es por esta razón que la mujer p'urhépecha juega un rol fundamental en esta iniciativa.

Además de alimentar, la comida deleita al paladar y a la vista. Servida en un bonito plato, en un jarro salido de las manos de un hábil artesano, deleitará la vista aún más. El comer, según las antiguas costumbres, es mucho más que alimentarse; es toda una ceremonia

evocadora que aviva los recuerdos y que hace pensar en las abuelas.

Estas reuniones o encuentros de cocineras han generado muchas enseñanzas. De manera inicial, han permitido reunir a las abuelas con las madres y las nietas para observar de qué manera natural y enriquecedora se va dando la transmisión de conocimientos y la apropiación de los saberes. Al mismo tiempo, han permitido difundir este gran activo cultural entre la sociedad local, así como con turistas que visitan la entidad, y de manera particular su capital Morelia, durante los periodos en que se han calendarizado estos encuentros. En otras palabras, han permitido preservar y poner en valor a la mujer michoacana, en especial a la mujer p'urhépecha, mientras se promueve la actividad turística al dar a conocer la cocina tradicional de esta entidad en un período vacacional que anteriormente era de baja afluencia. Todo esto se ha realizado de una manera planeada, organizada y estructurada, gracias al análisis y generación de información relevante a través del presente proyecto de investigación.

Debido a la importancia del turismo en México, y sobre todo para la economía en Michoacán, existe una necesidad de tener información actualizada y significativa para generar un adecuado proceso de toma de decisiones en este sector. Debido a requerimientos que implica contar con esta información, una muestra de encuestas, aplicadas adecuadamente en términos de tiempo y espacio, resultan útiles para obtenerla. Como establece Cooper (2006): la población objetivo, que en este caso son los turistas, pueden cuantificarnos directamente las variables que detectamos como críticas. Este es uno de los principales puntos de esta investigación, especialmente cuando se busca conocer y explorar la influencia y potencial de la cocina tradicional sobre la actividad turística de una entidad o región.

Como resultado de esto, es que se realizó el estudio llamado Perfitur. Como se mencionó anteriormente, fue elaborado por la Secretaría de Turismo de Michoacán en conjunto con investigadores del Tecnológico de Monterrey. El estudio incluyó un análisis de conglomerados (clusters), cuyo objetivo era categorizar el estilo de vida de los turistas en cinco grandes segmentos, para ser capaces de desarrollar estrategias y productos turísticos específicos para cada uno de ellos. De igual manera, el estudio permitiría identificar similitudes entre los intereses del turista y las posibilidades de promoción y puesta en valor de los activos culturales que la comunidad p'urhépecha representa. Finalmente, el estudio incluyó también un análisis de regresión para identificar las variables que influyen en mayor proporción sobre los niveles de satisfacción de estos turistas. A través de este

estudio, se podría identificar la estrategia y proyectos a desarrollar para integrar los activos culturales de Michoacán a la promoción turística y generación de riqueza e igualdad social en la entidad.

La Secretaría de Turismo de Michoacán, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), ha puesto en marcha algunas otras iniciativas para promover la cultura p'urhépecha como un gran activo turístico. El Tecnológico de Monterrey, a través de algunos de sus investigadores y sus áreas de apoyo al desarrollo social, ha colaborado en varias de estas iniciativas.

Uno de los resultados más importantes en este sentido es el desarrollo de la "Ruta Don Vasco", conformada por once circuitos que cubren diversas regiones del estado. A través de dichos circuitos, se ha buscado promover distintos destinos que corresponden a la cultura p'urhépecha, pero que especialmente recibieron una alta y positiva influencia por Vasco de Quiroga, precursor de la filosofía de Tomás Moro y uno de los principales actores en el desarrollo de diversas labores en las que se especializó cada una de las comunidades de la región. Los once circuitos definidos se muestran en la Tabla 1.

La figura emblemática del proyecto es don Vasco de Quiroga, el gran humanista que hace cerca de 500 años promovió un modelo de convivencia comunitario basado en la igualdad, la fraternidad, la justicia y el trabajo organizado, con un profundo sentido social y cuyo legado, traducido a través de las artes y oficios, sigue vigente en las comunidades.

A través del proyecto Ruta Don Vasco, se ha buscado contribuir con un desarrollo social sustentable, a partir del manejo cuidadoso y responsable de los recursos naturales y bienes patrimoniales existentes en la región.

De esta manera, los visitantes han podido disfrutar del entorno natural y participar activamente de una cultura viva, recreada por los laureados artesanos de esta cultura, así como por sus virtuosos músicos y danzantes. De igual manera, el turista se podía llegar a deleitar con los sabores de los platillos preparados por las creativas cocineras tradicionales. Sin embargo, no existía aún una iniciativa que apoyara de manera específica la puesta en valor de este gran activo

Fue precisamente con base en esta reflexión, que el presente proyecto se puso en marcha, buscando promover la cocina tradicional de la región, pero haciéndolo en forma estratégica al lograr generar una importante derrama económica en un periodo que históricamente se había caracterizado por una baja afluencia turística. Al mismo tiempo, esta iniciativa permitiría incluir socialmente a este grupo tan importante, y en muchas ocasiones no reconocido y favorecido en su totalidad, por iniciativas previas.

Cocina tradicional de Michoacán

La cocina michoacana es una reunión de platillos, sabores, ingredientes y actitudes que varían de región a región. La tradición culinaria de Michoacán es tan diversa como su geografía o su cultura, los platillos de la Costa son muy diferentes a los de la Meseta, y los ingredientes de Tierra Caliente difieren bastante de los utilizados en el Bajío michoacano. También la historia ha seguido distintos ritmos en Michoacán: en el centro, se desarrolló una tradición indígena milenaria que basaba su subsistencia en el maíz y el pescado, al norte y al oriente las cocinas se enriquecieron con la ganadería y los cereales traídos por los europeos, en Tierra Ca-

Circuito	Comunidades incluidas
Circuito de la Ribera	Pátzcuaro-Tsurumútaró-Tzintzuntzan-Santa Fe de la Laguna-San Jerónimo Purenchécuaro
Circuito Escénico	Pátzcuaro-Ihuatzio-Ucazanáztacua-Tareiro-Tzintzuntzan
Circuito Lacustre	Pátzcuaro-Urandén-Janitzio-La Pacanda
Circuito de la Artesanía	Pátzcuaro-Santa Clara del Cobre-Zirahuén
Circuito de la meseta	Uruapan-San Lorenzo-Angahuan-Charapan-San Antonio Tierras
Circuito capillas	Uruapan-Pomacuarán-Nurío-Cocucho-Zacán
Circuito artesanal	Uruapan-Presa Caltzontzin-San Juan Nuevo-Pantzingo-San Salvador Combutzio
Circuito Paricutín	Volcán Paricutín y alrededores
Circuito Centro	Morelia-Cuitzeo
Circuito Morelia-Cuanajo	Morelia-Tiripetío-Tupátaro-Cuanajo
Circuito Cañada	Zamora-Tangancícuaro-Acachuén-Santo Tomás-Ichán y Carapan

Tabla 1. Los 11 circuitos de la Ruta Don Vasco (Figuerola, 2007)

liente hubo que adaptarse a las rudas condiciones para sobrevivir, mientras que en la estrecha costa michoacana aparte de algunas comunidades nahuas aisladas, apenas comenzó a poblarse desde la segunda mitad del siglo veinte.

La cocina también ha recibido influencias de los estados vecinos. Pero no sólo ha recibido influencias de las cocinas de otras regiones, sino que también ha exportado platillos al resto de nuestro país. Tal sería el caso de los uchepos, la sopa tarasca, los chongos zamoranos, las carnitas, entre otros muchos platillos que ahora se consumen en casi todo México. La cocina michoacana es pues una tradición abierta y dinámica que da y recibe ideas, que adapta viejas recetas a nuevos gustos y que no ha dejado de ser creativa e ingeniosa.

Entonces ¿existe una comida michoacana?, tal vez podríamos considerar como michoacanos todos aquellos platillos que se preparan y han sido creados en la entidad, así sean adaptaciones o recreaciones de recetas que originalmente proceden de otros lugares. O bien la comida que los mismos michoacanos presumen como propia, la que buscan, procuran y disfrutan cotidianamente.

En todas las regiones de Michoacán es evidente el gusto (por no decir la pasión) que sus pobladores sienten por la comida local. Hay pueblos especializados en comidas particulares, y los michoacanos no dudarán en viajar a ellos tan sólo para pararse en restaurantes, fondas y puestos callejeros ya bien conocidos. Queréndaro es célebre por sus chiles, Cotija por sus quesos, Sahuayo y Quiroga por sus carnitas, Zamora por sus dulces, Pátzcuaro por sus pescados, Uruapan por sus panes y aguacates, Jiquilpan por sus biroteles, entre otros.

Afortunadamente, el michoacano es exigente con la calidad de su comida, sus pasiones culinarias aún no se han perdido, las cadenas transnacionales aún no son competencia para las fondas y taquerías locales, y la gente no duda en madrugar para comprar en el mercado aquellos productos que se acaban temprano.

Todos estos elementos son atendidos, pero sobre todo valorados, dados a conocer y reconocidos, a través de la investigación (y las acciones asociadas con ella) descritos en este proyecto.

La cocina michoacana es producto de la riqueza cultural y de los recursos naturales que hay en su territorio, es el resultado de la mezcla de culturas de pueblos originarios y de otros que fueron conquistadores, de nuevas formas y sabores que los migrantes han traído a estos lugares. Como patrimonio cultural, se reconocen en él las herencias y la creatividad de las cocineras michoacanas. Las familias no han dejado de reproducir los platillos favoritos, de los que hoy en día muchos restaurantes se sienten orgullosos al contar con una carta que

ofrece especialidades regionales y estacionales.

Toda esta tradición oral ha sido registrada en recetarios que, según las viejas costumbres, no sólo consignaban platillos de procedencia local, sino que, en muchos casos, eran platillos que reflejaban los gustos de las familias, su posición económica y social y las tradiciones culinarias de ciertas fiestas y conmemoraciones. Posiblemente uno de los libros más recordados y citados es el de Doña Carmen Arriaga de Zavaleta, *Cocina michoacana*, aparecido en 1965, en cuyo prólogo Guadalupe Pérez San Vicente hace un recorrido histórico culinario por diferentes regiones del estado. El libro, que ha tenido numerosas reimpresiones, fue resultado de la recopilación de varios recetarios antiguos a los que se agregaron muchos de los platillos de esa gran cocinera que fue Doña Carmen. Como en la tradición de los viejos libros de cocina, existe un primer capítulo dedicado a la mesa: La más destacada nota de distinción de una familia se da en la mesa; es el lugar de la casa en donde se revelan la educación, la finura y las buenas costumbres.

Encuentro de Cocina Tradicional de Michoacán

La tabla 2 muestra de manera resumida las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, identificadas en el proyecto.

Como se ha explicado en las secciones anteriores, el presente proyecto permitió aprovechar las fortalezas de Michoacán (economía estatal sustentada en turismo, la cultura p'urhépecha como un gran patrimonio cultural y la capacidad de coordinación gobierno-academia-empresa) para integrar esfuerzos y disminuir las debilidades existentes. De igual manera, se pudo sacar ventaja de las oportunidades que se presentaban en el entorno (especialmente de la vocación turística a nivel país y el potencial de la gastronomía como un gran atractivo turístico en la región) para afrontar las amenazas que se presentaban en el ambiente.

Todos estos esfuerzos, integrados en forma adecuada, permitieron poner en marcha una iniciativa que generó resultados positivos en el corto y mediano plazo. Dichos resultados se explicarán a detalle en la siguiente sección.

El Gobierno de Michoacán ha definido como visión última de los proyectos asociados con esta iniciativa el presentar la candidatura de la cocina tradicional como Patrimonio Cultural ante la UNESCO. Esto ha sido dado a conocer en diversas ocasiones desde el año 2004 durante las presentaciones de los Encuentros de Cocina Tradicional de Michoacán. Dicho esfuerzo es un claro ejemplo del esfuerzo por poner en valor a la cocina tradicional, especialmente la cocina tradicional p'urhépecha,

	Aspectos positivos	Aspectos negativos
Aspectos internos	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Economía estatal sustentada en el turismo (potencial para seguir detonando esta actividad económica). -La cultura p'urhépecha como un gran patrimonio cultural de la región. -Capacidad de coordinación y cooperación entre el sector gubernamental, académico y empresarial, para poner en marcha un proyecto de alto impacto e inclusión social. 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de períodos con muy baja afluencia turística a la entidad. -Desconocimiento (previo a la puesta en marcha del proyecto) sobre las actitudes e intereses del turista, hacia aspectos vinculados a la cultura p'urhépecha. -Esfuerzos aislados para la valoración de la cocina tradicional p'urhépecha como un gran activo turístico y cultural.
Aspectos externos	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El turismo como un motor generador de riqueza en México (tercera fuente de generación de riqueza a nivel nacional). -Interés creciente en el turismo nacional e internacional por nuevas experiencias durante el viaje, incluyendo la gastronomía. -La gastronomía como una de las variables mejor evaluadas por los turistas (oportunidad para poner en valor este activo). Interés de ciertos segmentos de turistas por la cultura p'urhépecha. 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alta competencia de otras regiones para la atracción de turistas. -Complejidad en el comportamiento y perfil de los turistas que visitan la entidad. -El entorno social no permite la inclusión de grupos minoritarios de manera sencilla.

Tabla 2. Análisis FODA del proyecto

como un gran patrimonio cultural y turístico de la región.

Teniendo dicha visión en mente, los Encuentros de Cocina Tradicional de Michoacán han incluido talleres y seminarios con acceso al público, así como exposiciones y venta de platillos. Estos últimos han contado con la participación de más de cincuenta cocineras tradicionales (López, et.al., 2009), procedentes de todas las regiones del estado (Meseta, Costa, Zona Lacustre, Centro, Oriente, Occidente, Tierra Caliente-Valle de Apatzingán). Cada una de ellas ha venido acompañada por sus respectivos equipos, que han contado con cuatro ayudantes en promedio.

Entre los platillos que se han podido adquirir se ha observado una amplia variedad de corundas, atapakuas, atoles, panes y churipos, además de dulces regionales. También sobresale una larga lista de guisos a base de vegetales y hortalizas, así como diversos platillos con carnes de pato, conejo, res, pescado y cerdo. Con base en estos resultados, se ha observado que el esfuerzo de poner en valor el patrimonio cultural culinario de Michoacán ha rendido frutos, pues en la actualidad el Encuentro ya no es el único foro de promoción de la cocina michoacana. A lo largo del estado, del país e incluso en

el extranjero, se han comenzado a abrir otros espacios para la divulgación de la gastronomía michoacana. Dicha divulgación y promoción de la cocina tradicional michoacana, con un énfasis especial en la cocina tradicional p'urhépecha, ha sido la razón de ser o misión de este proyecto, y lo que motivó la puesta en marcha del mismo.

Resultados

El proyecto desarrollado permitió generar diversos beneficios, entre los que destacan:

- Aprovechar la vocación turística de México como país, y en especial de Michoacán como entidad federativa con una clara vocación turística;
- Desarrollar una metodología que permitiera identificar las estrategias más adecuadas para incrementar la afluencia y derrama turística en la entidad, pero haciéndolo de manera incluyente ante grupos sociales e indígenas en la región;
- Posicionar a la cocina tradicional p'urhépecha como una de las tres principales variables que influyen en la satisfacción global de los turistas que visitan Michoacán;

- Definir e incorporar en forma efectiva un evento (Encuentro de cocina tradicional michoacana) que permitiera reconocer y promover los valores culturales de Michoacán, brindando reconocimiento a las cocineras tradicionales que han sabido conservar el patrimonio culinario del estado;
- Apoyar a las mujeres indígenas de la cultura p'urhépecha, que por generaciones han mantenido y transferido el conocimiento y valores asociados a sus platillos tradicionales;
- Atraer visitantes nacionales e internacionales, mediante la inclusión de la cocina tradicional como un gran activo turístico;
- Generar oportunidades de desarrollo económico para el grupo p'urhépecha, a través de la puesta en valor de su cocina tradicional;
- Generar estrategias específicas para posicionar la gastronomía, y en particular la cocina tradicional p'urhépecha, como un gran atractivo turístico para diversos agrupamientos (clusters) de visitantes que llegan a Michoacán; y
- Contribuir al desarrollo del turismo, y en particular el turismo indígena, como un claro motor de desarrollo económico y social en Michoacán, y en particular de la cultura p'urhépecha.

Todos estos logros permitieron demostrar que una adecuada colaboración y coordinación entre la academia, gobierno y el sector empresarial (quien respaldó y en algunas instancias inclusive apoyó económicamente algunas de estas iniciativas) contribuyen a la consolidación del turismo como un claro generador de riqueza y empleos. Además, permitieron demostrar que el turismo puede llegar a ser también un nivelador social, acercando a grupos históricamente desfavorecidos para hacerlos partícipes de dicho desarrollo económico y social.

Cabe destacar que, de manera particular, el Encuentro de cocina tradicional se insertó en un período de baja afluencia turística en la entidad, de acuerdo a su propia historia. Dicha acción permitió que contribuyera a generar nuevos visitantes y turistas en dicho periodo. Al mismo tiempo, se estaría generando un evento que promovería y pondría en valor el gran patrimonio cultural que representa la cocina y gastronomía p'urhépecha.

Conclusiones

Con base en estos resultados, la cocina tradicional ha venido consolidando su presencia y prestigio gracias al impulso que ha recibido desde el turismo y otros sectores públicos y privados, bajo enfoques tan variados como el económico, cultural, empresarial, de impulso a las mujeres y también a los pueblos indígenas.

Uno de los puntos críticos en el éxito del proyecto, fue el realizar una investigación de mercado bien estructurada y definida, previo a la puesta en marcha de cualquier actividad o iniciativa. Dicha investigación estuvo sustentada a través del proyecto Perfitur, dirigido por los investigadores del Tecnológico de Monterrey y que consistió en llevar a cabo un sondeo entre turistas que visitaban las diversas regiones de la entidad, durante todos los periodos vacacionales (de alta y baja afluencia) existentes a lo largo del año.

El estudio llevado a cabo fue capaz de proveer información referente al perfil de los turistas, mostrando además sus niveles de satisfacción para un conjunto de factores de interés para la investigación. Se incluyó también un conjunto de preguntas que permitirían identificar el estilo de vida de cada uno de ellos. Toda esta información, en conjunto, permitiría identificar, definir y evaluar las mejores estrategias para incorporar la gastronomía como parte de los atractivos turísticos de Michoacán.

La utilidad de este análisis previo para el desarrollo de la iniciativa de inclusión de la cocina tradicional como un gran activo turístico, fue altamente significativa. A través de la definición del perfil, intereses y estilo de vida de cada uno de los grupos de turistas que visitan la entidad, se pudieron identificar las estrategias, información y medios de difusión más adecuados, para la promoción y puesta en marcha del proyecto. Más aún, se pudo poner en valor la cocina tradicional p'urhépecha no sólo a través de los Encuentros llevados a cabo, sino a través de distintas estrategias de publicidad y mercadotecnia, posicionándola como un gran atractivo turístico. Todo esto permitió incrementar la derrama económica en un período que históricamente presentaba menores ingresos por actividad turística. De igual manera, permitió posicionar un activo más en el resto de los periodos vacacionales: la cocina tradicional p'urhépecha. Lo más importante es que dicha derrama impactó positivamente en este grupo social, haciéndolos partícipes de la actividad económica y poniendo en valor su cultura, tradiciones y costumbres.

Referencias

- Anda, C.
2001 "El Nuevo Michoacán". México: Grupo Noriega.
- Arriaga, C.
1965 "Cocina Michoacana". Ejemplar disponible a través de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán.
- Bagirov, A. M.
2003 "An algorithm for clustering based on non-smooth

- optimization techniques". *International Transactions in Operational Research*. Vol. 10. pp. 611-617.
- Bowen, J.
1998 "Market segmentation in hospitality research: no longer a sequential process". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10 No. 7, pp. 289-296.
- Carral, M.
2008 "Segmentos y Mercados. Líderes Mexicanos Edición Especial Turismo". Tomo CVI. p. 12-14.
- Campos, M, Naranjo, E., y Saucedo, A.
2007 "La Competitividad de los Estados Mexicanos 2007". Monterrey, MEX: EGADE
- Cochran, W.G.
1977 "Sampling Techniques". New York: Wiley
- Cooper, D.
2006 "Marketing Research". New York: McGraw Hill.
- Corres, G.
2003 "Atlas Geográfico del Estado de Michoacán". México: EDDISA.
- Crawford-Welch, S.
1991 "Market segmentation in the hospitality industry". *Hospitality Research Journal*, Vol. 14 No 2, pp 295-308
- Doane, D.
2005 "Applied Statistics in Business and Economics". EUA: Irwin.
- Dubes, P., Jain, A.K.
1976 "Clustering techniques: the user's dilemma". *Pattern Recognition*, 8, 247-260.
- Grigoroudis, E.
2002 "Satisfaction benchmarking and customer classification: An application to the branches of a banking organization". *International Transactions in Operational Research*. Res. 9. pp. 599-618.
- Hawkins, D.M., Muller, M.W., y Krooden, J.A.
1982 "Cluster analysis". In: Hawkins, D.M. (ed.), *Topics in Applied Multivariate Analysis*. Cambridge University Press, Cambridge, pp. 303-356.
- Everitt, B.
2001 "Cluster Analysis". London: Arnold.
- Figueroa, S.
2007 "La Ruta de Don Vasco". Lunwerg editores. México.
- Griffiths, W.E.
1993 "Learning and practicing econometrics". John Wiley & Sons, Inc
- Hair, Anderson, Tatham y Black.
1995 "Multivariate Data Analysis". New Jersey, USA. Prentice Hall.
- INAH
1988 "Atlas cultural de México. Instituto Nacional de Antropología e Historia". Editorial Planeta.
- INEGI
2009 "Reporte de los Estados Unidos Mexicanos". México, D.F.
- Loker, E.L. y Purdue, R.R.
1992 "A benefit-based segmentation of a non-resident summer travel market". *Journal of Travel Research*, Vol 31 No. 1, pp 30-35
- López, G.
2009 "Cocina Tradicional Michoacana: Las Nuevas Generaciones". Gobierno del Estado de Michoacán. México.
- Meyer, D.
2002 "Turismo y Desarrollo Sostenible". Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Oh, M. y Jeong, M.
1996 "Improving marketers' predictive power of customer satisfaction on expectation-based target market levels". *Hospitality Research Journal*, Vol. 19 No. 4, pp 65-85.
- Pérez, A.
2004 "Michoacán". México. Uribe y Ferrari Editores.
- Raya, José.
2004 "Estadística aplicada al Turismo (Statistics applied to Tourism)". España: Prentice Hall.
- Reid, R. y Bojanic, D.
2005 "Hospitality Marketing Management". 4th ed., Wiley, Hoboken, NJ, p. 123.
- Ríos, A.
2004 "Michoacán: Impresiones de un Viaje en el umbral del siglo XXI". España: Lunwerg.
- Secretaría de Turismo de Michoacán
2008 "Turismo Michoacán: Memoria Sexenal 2002-2008". Morelia, MEX: SECTUR.
- Sereno, Y.
2008 "Los sabores del tiempo, gastronomía moreliana". Ejemplar disponible a través de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán
- Serrato, M.
2009 "Perfitur 2008. Perfil del turista que visita el Estado de Michoacán". Programa editorial del Tecnológico de Monterrey.
- Serrato, M.
2008 "Perfitur 2007. Perfil del turista que visita el Estado de Michoacán". Programa editorial del Tecnológico de Monterrey.
- Subhash, C.
2002 "Multiple objective optimization problems in statistics". *International Transactions in Operational Research*. Res 9. pp. 415-425.
- WTO.
2006 "Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices". Madris, SPA: WTO.

Recibido: 07/03/11
Reenviado: 24/04/11
Aceptado: 28/05/11
Sometido a evaluación por pares anónimos