



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

---

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y  
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**EL QUESO EDAM (DE BOLA), ELEMENTO DE IDENTIDAD  
GASTRONÓMICA EN LA OFERTA TURÍSTICA  
DEL SUR DE QUINTANA ROO.”**

**TESIS**

Para Obtener el Grado de  
Licenciada en Sistemas Comerciales

**PRESENTAN**

Brianda Karina González Castro  
Guadalupe Amairani Pech Balam

**DIRECTOR DE TESIS**

Dr. Francisco J. Güemez Ricalde

Chetumal, Quintana Roo 2012



064988



## UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

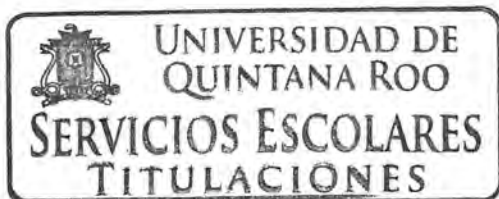
LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

DIRECTOR: \_\_\_\_\_  
Dr. Francisco Javier Güemez Ricalde

ASESOR: \_\_\_\_\_  
Ing. Admón. María de los Ángeles Hernández Bustos

ASESOR: \_\_\_\_\_  
Dra. Juana María Saucedo Soto



## **Agradecimientos**

Agradecemos en primer lugar a **Dios**, por darnos la vida y la sabiduría necesaria para concluir este ciclo tan bonito que fue terminar la carrera profesional y con ellas llevarnos el mayor tesoro a una vida futura.

Que nos dio la fortaleza para trabajar en equipo y fomentar el compañerismo, por todas las amistades que perduraron y otras más que se quedaron en el camino, por las personas que estuvieron incondicionalmente apoyándonos, sobre todo en esos días de estrés en los que más requeríamos de su comprensión. Por aquellos profesores que fueron duros con nosotras pero que al final fueron aquellos de los que más aprendimos y nos dieron una lección de que la vida no es fácil.

A todos nuestros lectores de tesis: **la Doctora Juana María Saucedo Soto, la Ing. María de los Ángeles Hernández Bustos, la M.E. Lila García Álvarez y Lic. Lhol-Ha Mena Rivas**; por todos sus consejos, correcciones y por todo el apoyo que nos brindaron a la hora de hacer la revisión de nuestra tesis, ya que con ellos, nos ayudó a mejorar aspectos tanto de la tesis como personales.

En especial a nuestro querido y amable director de tesis, **el Doctor Francisco Javier Güemez Ricalde**, por estar siempre pendientes de nosotras, porque siempre nos enriqueció con sus sabios consejos, por siempre darnos esas fueras y ganas de seguir adelante para no abandonar la tesis y mirar siempre hacia adelante, que aunque el camino este lleno de obstáculos siempre hay formas para solucionar y llegar al objetivo final.

## **Dedicatorias**

### ***Brianda Karina González Castro***

La presente tesis se la quiero dedicar en primer lugar a **Dios**; por hacer de mí una persona dedicada y darme la fuerza para continuar y lograr concluir con mi objetivo primordial que fueron mis estudios.

A mi **familia**, que es el apoyo más importante que tengo, por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida, por apoyarme siempre, por sus consejos, sus regaños, pero sobre por confiar en mí, en que lograría este paso tan importante en mi vida.

Mi padre **Manuel Antonio González Manzanilla** y mi madre **Martha Castro Batún**, quienes me han heredado el tesoro más valioso que pudieron darme, ya que sin escatimar esfuerzo alguno han sacrificado gran parte de su vida para formarme como estudiante y ser humano.

Mi gran amiga y hermana **Alejandra González Castro** por siempre estar a mi lado, por su apoyo constante y por entenderme cuando lo he requerido y ser la persona que siempre ha estado conmigo, soportándome y a la que he admirado siempre por ser tan dedicada.

A mi novio **Juan Manuel Moran Figueroa**, por acompañarme en los últimos momentos de mi carrera, ser parte de mis desvelos, por secar cada lagrima cuando me ganaba el coraje y la desesperación, por simplemente ser la persona que con sus ejemplos me motivaba siempre ha querer salir adelante.

De igual manera quiero agradecerles a todas las personas que formaron parte importante de mi vida, por su compañía y apoyo incondicional como mi amiga y compañera **Lupita**, quien ha sido la mejor amiga que pude tener en este camino de trabajo, luchas, victorias y metas alcanzadas que culminan en mi formación profesional y por ser siempre el mejor equipo de trabajo porque juntas logramos mucho.

### **Guadalupe Amairani Pech Balam**

Les dedico mi tesis a mis padres que han estado conmigo en todo momento, y fueron quienes me ayudaron a formarme como persona.

A mi padre el señor **FRANCISCO LARA CRUZ** quien sin ser la persona que me dio la vida a estado apoyándome siempre, quien a pesar de los años nunca le ha pesado darme una educación, jamás hizo diferencias y siempre me trato como su hija y que gracias a sus consejos he aprendido a ser la persona que soy, te admiro demasiado papito por haber confiado en mí, por ser una gran persona y por apoyarme durante toda mi vida. Te quiero mucho papito.

A mi querida madre la señora **ALBINA BALAM MAY** a quien igual que a mi padre admiro demasiado por haberme sacado adelante, por darme lo que estuvo en sus posibilidades, por el gran esfuerzo que hizo al darme una educación, consejos y regaños, por estar ahí siempre que la necesite, porque de las veces que caí siempre estuvo a mi lado para levantarme. Gracias a esta gran mujer que es mi madre soy una persona con valores y virtudes.

A mis hermanas **MERLY PECH BALAM** y **ESTHER LARA SANCHEZ** que me han apoyado en las situaciones difíciles a lo largo de mi carrera.

A mi hermano **WALTER PECH BALAM** quien ha sido una persona que me ha soportado y ha sido un importante apoyo en los momentos difíciles de mi vida, a él le debo el cariño y la amistad que solo un hermano puede dar. Incluso en los momentos difíciles donde hemos tenido diferencias, hemos sabido arreglarlas y apoyarnos mutuamente. Es por eso y mucho más que le estaré agradecida toda la vida.

A mi sobrina **DANILU**, quien a pesar de ser aun una niña, con su inocencia ilumina mis días tristes y me alegra en mis momentos más difíciles, lo que la convierte en una parte muy importante en mi vida.

A mis amigos por brindarme su amistad y por haberme ayudado a pesar de las diferencias que hemos tenido, a mi amiga y compañera de tesis **BRIANDA**, con quien he formado un gran equipo para el desarrollo de la presente tesis, con quien aprendí que la amistad que hemos formado ha sido de gran valor que hemos superado todo tipo de mal entendidos y diferencias, aprendimos a ser mejores personas.

Gracias a estas personas me he convertido en lo que soy, que nunca me doy por vencida y todas las metas que me propongo las cumpla. Gracias a estas personas que me han brindado el apoyo he sabido enfrentar las dificultades de la vida.

## **Tabla de contenido**

Introducción.....	9
Planteamiento del problema.....	9
Preguntas de Investigación.....	10
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Hipótesis.....	11
CAPÍTULO I.-.....	12
“ORIGEN Y PRESENCIA EN EL CARIBE Y SUR DE QUINTANA ROO”.....	12
<b>Antecedentes.....</b>	<b>13</b>
CAPÍTULO II.-.....	19
“IDENTIDAD GASTRONÓMICA COMO ELEMENTO DE CULTURA REGIONAL”.....	19
<b>Identidad gastronómica y cocinas tradicionales.....</b>	<b>19</b>
<b>Identidad gastronómica en los diferentes países.....</b>	<b>23</b>
<b>Colombia prehispánica, predominio de tubérculos y frutas.....</b>	<b>25</b>
<b>Tradición culinaria africana, frituras y dulces.....</b>	<b>26</b>
<b>Turismo &amp; identidad gastronómica.....</b>	<b>30</b>
<b>Factor diferencial o la singularidad de un territorio.....</b>	<b>31</b>
<b>Historia de la cocina mexicana.....</b>	<b>33</b>
Origen del queso Edam.....	35
CAPÍTULO III.-.....	37
“MÉTODOS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN”.....	37
<b>AREA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>37</b>
<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>38</b>
También se tendrán como referencia fuentes secundarias como lo son los libros, algunos sitios de internet y distintas instituciones como: INEGI, SECRETARIA DE TURISMO, la gastronomía de diversos lugares, entre otras.....	39
<b>El nivel de ingresos familiar según el nivel socioeconómico.....</b>	<b>42</b>
<b>MUESTRA:.....</b>	<b>43</b>

<b>Población Finita:</b> .....	43
<b>CAPÍTULO IV.-</b> .....	44
<b>"PRESENCIA DEL QUESO DE BOLA EDAM EN LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA EN EL SUR DE Q.ROO"</b> .....	44
<b>Figura 1a Género *Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola</b> .....	44
<b>Figura 1b.- Género*Cuál sería tú principal motivo para decidirte a comer algún platillo elaborado con queso de bola</b> .....	45
<b>Figura 2a.- Género * Con qué estado asocia el queso de bola</b> .....	46
<b>Figura 2b.- Género*Con que estado asocia el queso de bola</b> .....	47
<b>Figura 3a.- Tiempo de vivir en la península * Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola</b> .....	48
<b>Figura 3b.- Tiempo de vivir en la península * Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola</b> .....	49
<b>Figura 4a.- Tiempo de vivir en la península * cuáles son de su preferencia</b> .....	50
<b>Figura 4b.- Tiempo de vivir en la península* Cuales son de su preferencia</b> .....	51
<b>Figura 5a.- Tiempo de vivir en la península * Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola</b> .....	52
<b>Figura 5b.- Tiempo de vivir en la península * Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola</b> .....	53
<b>Figura 6.- Tiempo de vivir en la península * Cuál fue la forma en que conoció estos platillos</b> .....	54
<b>Figura 7.- Tiempo de vivir en la península * Cómo calificaría los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal.</b> .....	55
<b>Figura 8.- Tiempo de vivir en la península * A cuántas personas le recomendarías estos platillos.</b> .....	56
<b>Figura 9a.- Tiempo de vivir en la península *Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola</b> .....	57
<b>Figura 9b.- Tiempo de vivir en la península *Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola</b> .....	58
<b>Figura 10a.- Tiempo de vivir en la península * Con qué estado asocia el queso de bola</b> .....	59
<b>Figura 10b.- Tiempo de vivir en la península*Con que estado asocia el queso de bola</b> .....	60

<b>Figura 11.- Qué tan frecuentemente lo consume*donde nació .....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 12.- Dónde lo consume*donde nació .....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 13.-Cuál fue la forma en que conoció estos platillos*donde nació. ....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 14.- Cómo calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal* lugar de nacimiento.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 15.- A cuántas personas le recomendarías estos platillos* lugar de nacimiento .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 16.- En qué sitios ubicas los platillos del queso de bola * lugar de nacimiento .....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 17.-Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola*lugar de nacimiento.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 18.- Con qué estado asocia el queso de bola*lugar de nacimiento.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 19.- Cómo calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal * género.....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 20.- Cuáles son de su preferencia*donde nació.....</b>	<b>70</b>
<b>CAPÍTULO V.- .....</b>	<b>71</b>
<b>“CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES” .....</b>	<b>71</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>82</b>
<b>Encuesta.....</b>	<b>82</b>
<b>    Identidad gastronómica.....</b>	<b>82</b>
<b>    Entrevistas a profundidad .....</b>	<b>85</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>87</b>



## **Introducción**

Se decidió trabajar con el queso de bola debido a que se ha notado que el municipio de Othón P. Blanco, en particular, lo ha adoptado como identidad gastronómica, ya que, cuenta con una variedad de platillos que se consumen en todo el estado de Quintana Roo y de esta manera fomentar nuevas formas de consumir y elaborar diferentes alimentos a base del queso de bola, tanto para comidas como para postres con este insumo, puesto que tiene un fuerte impacto en la demanda de los consumidores tanto del municipio como en los turistas.

Es por ello, que se pretende que estos nuevos platillos y postres se den a conocer a través de los menús restauranteros.

Cabe mencionar que, el queso de bola es conocido por los turistas como un producto o alimento muy exótico, es por esto, que se pretende dirigir a personas que tengan un gran paladar a los nuevos platillos que tienen su origen en este producto.

### **Planteamiento del problema.**

El queso de bola está en declive, debido a que va perdiendo su identidad gastronómica en los últimos tiempos, y ya no es considerado para la elaboración de platillos caseros tradicionales que los chetumaleños estaban acostumbrados a preparar y a consumir en cualquier momento, sino que actualmente solo es considerado como uno de los platillos costosos de los restaurantes y para el uso de la alta cocina, así como las amas de casa lo utilizan en fiestas importantes como cumpleaños, eventos, entre otros.

En este trabajo de investigación se pretenden rescatar los valores culturales de la identidad gastronómica e implementar nuevamente el uso del queso relleno y otros platillos conocidos con este insumo en los platillos típicos del estado y a su vez, ir expandiendo esta costumbre a los nuevos visitantes y turistas en la ciudad de Chetumal.

La mezcla de las diferentes culturas y la situación de zona libre que vivió Chetumal la capital de Quintana Roo, en la década de los 90, crearon una cocina

de gran variedad y riqueza, que incluye una mezcla de sabores y recetas yucatecas, caribeñas, beliceñas, y productos importados de los países más diversos.

Se trata del platillo tradicional más fino y sofisticado del que tenemos conocimiento en la Península. Prepararlo no es cuestión de decidirlo de un día para otro, sino un proceso que inicia con la adquisición del queso de bola, el disfrute de su interior al paso de los días y la elección de una fecha especial para cocinarlo. Es decir, que el queso bola es uno de los platillos más exquisitos de la Península de Yucatán que regularmente se elabora para grandes banquetes, celebraciones, cumpleaños, fechas importantes, y que ya no es tan adoptada a los platillos tradicionales debido a su rigurosa y tediosa forma de elaboración. (Rodríguez, 2007)

Al mismo tiempo es importante mencionar que la marca que se pretende usar para esta investigación es la marca "Gallo Azul" debido al fuerte impacto que ha tenido y la demanda en los consumidores, a pesar de que el precio es un poco elevado, la gente prefiere esta marca por su sabor y consistencia a diferencia de las otras marcas existentes en el mercado.

### **Preguntas de Investigación**

- ¿Los platillos elaborados a base del queso de bola forman parte de la identidad gastronómica de Quintana Roo?
- ¿Se fomentaría y se sumaría la variedad del menú restaurantero a la oferta turística que ahora existe en la ciudad de Chetumal?

### **Objetivo general**

Rescatar en la identidad gastronómica de la comida tradicional del estado de Quintana Roo y específicamente en la ciudad de Chetumal, la influencia consumo del queso de bola de la marca gallo como distintivo del menú regional con fines de posicionamiento turístico.

### **Objetivos específicos**

- Rescatar la herencia cultural gastronómica regional elaborada a base del queso de bola gallo.
- Evaluar en el gusto y las preferencias de los consumidores, la gastronomía típica regional elaborada con el queso de bola
- Proponer una carta de alimentos, preparados con el insumo de queso de bola y, con base en un diagnóstico de segmentación de mercado, como producto turístico y de consumo regional asociado a la identidad de la gastronomía del sitio en estudio de la hipótesis.

### **Hipótesis**

En la comida típica regional del sur de Quintana Roo, y específicamente en la ciudad de Chetumal, el uso de queso de bola de la marca "gallo" juega un papel histórico, asociado al comercio de mercancías importadas en forma única por esta frontera de México, que, mediante una mezcla de cocinas europeas y locales dieron origen, a platillos del consumo cotidiano de las familias, susceptibles de rescatarse como producto turístico de identidad gastronómica.

## **CAPÍTULO I.-**

### **“ORIGEN Y PRESENCIA EN EL CARIBE Y SUR DE QUINTANA ROO”**

El queso de bola es un elemento tradicional importante en la gastronomía de Chetumal, ya que, dio origen a uno de los platillos más exquisitos e imprescindibles en la gastronomía del Sureste de México, en Chetumal esta particularidad permitió que el queso Gallo Azul sea el usual en este platillo: un queso fuerte importado de Holanda al cual se agrega carne molida de res y de puerco, además aceitunas y alcaparras, con las cuales se rellena el queso vaciado, previamente envuelto en una manta; después se hornea y se cocina a baño María. (MARTOCCIA, 2006)

La zona libre enriqueció la cocina tradicional de Chetumal, debido a su importante aportación a la gastronomía con diferentes productos importados que procedían de Holanda y que hasta la fecha aun siguen llegando a la zona libre, como son los productos el queso de bola, leche evaporada, rainbow, latas de cornedbeef entre otros.

En Quintana Roo, esta herencia se ha acentuado, por el surgimiento de núcleos de población provenientes de otros lugares, así como, por la influencia reciente del corredor turístico que se extiende sobre buena parte de la costa del estado. No obstante, las tradiciones se mantienen ahí y así, los platillos propios de la península todavía pueden disfrutarse en muchos lugares. (Campos, 2011)

Es decir, para las familias quintanarroenses, el sabor que se le da a las comidas típicas o de la región es muy importante, debido a los condimentos que llevan los platillos como son el chirimole, pipián, papatzzul, cochinita pibil, queso relleno, entre otros platillos, son considerados como la comida que identifica al estado de Quintana Roo por ser auténtica y por el tipo de condimentos que lleva. De igual manera los antojitos que con toda seguridad se pueden disfrutar, se encuentran los panuchos, salbutes, tamales, empanadas y garnachas, que hacen la delicia de la gente.

## **Antecedentes**

La cocina mexicana representa la unión de las semillas, frutos, legumbres y frutas originales del Nuevo Continente con los variados comestibles que llevaron a América los conquistadores españoles. (Michel & Ana, 2011) Es decir, que la mayoría de los frutos, especies, entre otros, que actualmente se conocen fueron traídos de Europa por los españoles, cuando Cristóbal Colón descubre las tierras en las que actualmente se conoce como el continente americano.

Oaxaca, al sur del país, ofrece tamales envueltos en hojas de plátano, totopos de maíz, tortillas y tlayudas, chapulines, variaciones de queso o un plato de mole negro, mezcla de chiles, chocolate y condimentos de sabor intenso. A poca distancia, Chiapas también expone lo mejor de su menú, donde podrá probar pepita con tasajo (carne seca), sopa de chipilín, "cochito" o cerdo horneado. El centro del país lo deleitará con olor a carnero envuelto en maguey y cocinado en un horno de tierra, y el bajo le dará el sabor de la birria: un guiso de chivo o cordero en salsa picante. En cuanto a los platos más tradicionales, Puebla ofrece chiles en nogada y el mole en caldo que lleva su nombre. Y de paso por Guadalajara no se puede perder las tortas ahogadas: pan relleno con carne, bañado con salsa picante. Entre los platos del norte, gracias a la tradición ganadera, destacan el cabrito y la machaca. En las costas, el manjar se compone de pescados y mariscos, como el aguachile (camarón cocido en jugo de limón con pepino, pimienta y otros ingredientes frescos), cebiche, tacos, empanadas de marlín o albóndigas de pescado. Yucatán, por su parte, merece mención aparte gracias a la herencia de los mayas, que deleita con panuchos, papadzules, salbutes o sopa de lima, con carne, maíz y chiles. En zonas como Veracruz, se utilizan la Hoja Santa o Acuyo y hojas de aguacate para dar sabores sorprendentes a los platillos regionales que incluyen carne, verduras y lácteos. Los platos típicos tienen modalidades en cada región, como el mole, el pozole o las enchiladas, que según dónde se degusten ofrecerán al visitante sabores diferentes. (Espinosa, 2011) Esto delimita que dentro de cada Estado del País de México, existe una diferente gama de platillos típicos de cada lugar, dependiendo de la identidad cultural que van adoptando, conforme van pasando los años puesto que cada generación va descubriendo nuevas formas de hacer las

comidas típicas agregándole su propio sazón con ingredientes nuevos, que a partir de ellos impulsan a que se dé a conocer en los restaurantes y se agreguen a la carta del menú, debido al impacto que se obtiene tanto en la gente que vive en el lugar, como los turistas que vienen a conocer la cultura mexicana, se llevan un buen sabor de boca al degustar los platillos que se tienen como identidad gastronómica de cada lugar.

Un platillo que es muy típico, es el queso relleno, el cual nació en Yucatán y que ahora forma parte y enriquece la alta cocina internacional. El queso de bola no solo fue un rico manjar sino que llegó a ser un fenómeno económico. Este producto artesanal cuya tradicional manera de fabricarlo se remonta, según sus historiadores a antes del siglo XIV, o sea una época anterior al descubrimiento de América. Se elabora de la misma manera en dos poblaciones del norte de Holanda, Gouda y Edam, cercanas a Rotterdam, pero dadas las condiciones del terreno y las climáticas el sabor y la consistencia son distintas. La presentación es similar, una bola achatada con una cáscara de consistencia más dura que el centro cremoso macizo con pequeños agujeros y forrada con una cera roja. Este queso de vaca, está considerado entre los quesos añejos, de un tenue sabor a nuez, fuerte y salado. Sus muy especiales condiciones las dicta su manera de añejarlo en cuevas muy húmedas, propias de los Países Bajos. También su manera de comercializarlo no ha variado a través de los siglos, cuando los quesos alcanzan su madurez y están listos para su venta, los productores los llevan a la plaza a una tradicional feria, donde ataviados con sus trajes típicos se efectúa una competencia que consiste en recorrer una distancia cargando la mayor cantidad de bolas acomodadas en grandes canastos, la cantidad de bolas que logren llevar los productores a la meta en cierto tiempo será las que podrán vender al mercado de exportación. La región de Holanda desconoce la influencia que su producto tiene en una región de México, plena también de tradiciones ancestrales y riquísimo folklore gastronómico, nos referimos a la península de Yucatán. El queso de bola es desde hace más de un siglo uno de los alimentos clásicos en la mesa de los yucatecos y utilizado en la forma de ir escarbando el centro y dejando la cáscara vacía, esta sirve para preparar el delicioso platillo llamado "Queso Relleno" que viene a enriquecer la pasta y deliciosa cocina yucateca.

¿Pero cómo llegó a introducirse este extraño producto en las tradicionales costumbres de una región tan lejana a Holanda? Dado el caluroso y húmedo clima de Yucatán no es apto para fabricar o almacenar productos lácteos, las condiciones climáticas son letales para cualquier alimento fresco (Estamos hablando de fines del siglo XIX, antes de que existieran los refrigeradores) y el queso descompuesto se convierte en veneno, por lo que no se tenía la costumbre de comer este tipo de alimentos, la península de Yucatán era una de las regiones más aisladas de América, era más fácil tener contactos comerciales con Cuba que con México, por lo que mucho del folklore y la gastronomía yucateca está influenciada por las gallegas costumbres que imperaban en dicha isla antes de su independencia. Cuentan que un barco que se dirigía a las Antillas holandesas fue sorprendido en el canal de Yucatán por una tormenta por lo que fue obligado a recalar y encallar en la costa yucateca, dicha nave transportaba entre otras cosas, los muy resistentes a todo clima productos lácteos que se fabrican en Holanda, el queso de bola y la mantequilla enlatada. De alguna manera pudieron llegar a Mérida, donde gente que había estado en Europa y que había aprendido repostería fina utilizó la mantequilla para confeccionar panes y pudo percatarse de la gran diferencia en calidad que da utilizar ese fino manjar. El fuerte sabor del queso resultó del agrado del yucateco acostumbrado a los intensos sabores de la muy condimentada y picante cocina regional. Los barcos que transportaban madera, chicle y henequén de Yucatán hacia Nueva Orleans y La Habana regresaban trayendo furtivamente algunos alimentos europeos arraigados en el paladar del yucateco, tales como el aceite español de oliva Sensat, la mortadela y el salami italiano, vinos generosos andaluces, el aromático azafrán, el jamón endiablado y el Tulip, la mantequilla Dos Manos y el queso de bola Torre y Martini, después este fue sustituido por la marca El Gallo, el que también venía en un tipo de queso fundido envasado en lata, que también agradó al yucateco. A partir de los años 50, en pleno debate de la industria yucateca y por tanto la finalización del comercio marítimo, causó la emigración de mucha gente de la península hacia los estados de Tabasco, Veracruz y hacia el Valle de México. El yucateco tuvo que abandonar su tierra, pero nunca abandona sus tradiciones y menos su acondicionado paladar a sus clásicos gustos. Por lo que a fuerza tendría que ver cómo conseguir el queso de bola y los demás alimentos

importados. Surge la zona libre de Chetumal como solución y es así que un capricho gastronómico convertido en tradición, fue el detonante para crear a través de un mercado furtivo un verdadero sistema económico en el comercio informal. El caso es que el queso de bola se convirtió en el Modus Vivendi de infinidad de gentes, sobre todo del sexo femenino, las conocidas chiveras que viajaban a Chetumal a surtirse de artículos importados que revendían entre sus vecinos y conocidos. Gracias a este manjar otros productos fueron incorporándose a la cartera de mercancías para revender, así fueron surgiendo latería importada de ultramarinos, leche en polvo, perfumería y productos de tocador, confitería, juguetes, ropa, enseres domésticos, licores importados, así hasta llegar a productos electrónicos. Algunos comerciantes viendo el potencial que significaban las Chiveras, acercaron el mercado a la frontera con Yucatán y así surgieron pueblos dedicados a la venta de estos artículos, Dziuche en la carretera a Chetumal y años después el Kilómetro 80 en la carretera a lo que sería Cancún. Precisamente donde estaban las aduanas. El gran negocio lo hacían los aduaneros quienes sin invertir nada cobraban jugosas comisiones a los comerciantes y mordidas para dejar pasar a las Chiveras con sus mercancías. Ellos mismos eran los grandes mayoristas e importadores. Los primeros comercios que se fundan en el naciente Cancún se dedicaban a estos productos, fueron muy famosos las tiendas El Perímetro Libre, El Bodegón y La Bodega del Teniente sobre la Tulum y El Chetumalito por la terminal de camiones. El contrabando se hacía cada vez más descarado, Tráileres repletos de mercancías salían de Chetumal hacia el resto del país. Muchas de las chiveras llegaron a crear verdaderos consorcios comerciales abiertos al público bajo la complacencia y complicidad de autoridades judiciales y Fiscales, hasta desbordarse de tal manera que en los mercados públicos se expendían todo tipo de productos, en Mérida una parte completa del mercado municipal se dedicaba a este comercio, descaradamente le llamaban el Chetumalito, después sucedió lo mismo en todas las poblaciones del Sureste, Tlacolula en Oaxaca y Tepito en la ciudad de México. Con el paso de los años se tomo una mala decisión gubernamental que sentencia la bonanza económica de Chetumal al cancelar el status de zona libre, la antes vibrante y activa avenida Héroeos llegó a convertirse casi en una calle fantasma, todo el comercio se traslada a unos 15 kilómetros dentro del territorio del vecino



país de Belice; en el antiguo paso de Santa Helena ha surgido una ciudad con más de quinientos comercios, ahora ya cuenta con casinos de juego y en fines de semana recibe hasta 15 mil visitantes que llegan desde México en donde después de casi cincuenta años, el queso de bola llegó a ser todo un fenómeno económico, la imparable globalización y la apertura de fronteras cambió los modelos comerciales, y el queso de bola se podía adquirir en cualquier supermercado. Ahora compete con todos los tipos de quesos nacionales e importados, pero sobre todo tiene un gran enemigo, el inducible paladar de las nuevas generaciones que se inclinan hacia la comida chatarra, la hamburguesa, hot-dog y la pizza. Se ha perdido el gusto por la clásica cocina yucateca, las jóvenes amas de casa no tienen ni tiempo ni aptitudes para la muy sofisticada y laboriosa alta cocina. Pero infinidad de personas le deben su subsistencia y otros más sus fortunas a este delicioso alimento, en su momento fue el motor que movió la decaída economía de esta región de México. Mucho de lo que produjo hoy está invertido en grandes comercios, hotelería, ganadería y otros giros pero sobre todo ayudó a costear la educación de infinidad de jóvenes cuyas madres ejercieron el honroso oficio de chiveras. Es muy probable que en esa región de la Holanda Meridional desconozcan la gran influencia que el queso que ahí fabrican significó para esta región del Mayab mexicano, porque curiosamente nunca fue vendido directamente a nuestro país, todo el que aquí llegó pasó antes por Belice o por Panamá. (Barrera, 2000-2011).

El queso relleno es originario de Yucatán, pero hoy en día Quintana Roo lo ha adoptado en su alta cocina donde antes el queso de bola se daba por efectos de contrabando para poder realizar este platillo o acompañar otras comidas, las personas que lo compraban eran por medio de las chiveras que no eran más que las personas que vendían a comprar productos en su mayoría importados que lo llevaban a conocer y revender a otros países con un precio más elevado, la marca del queso de bola que se dio a conocer y se hizo famosa fue la marca "gallo", que era importado desde Holanda y con el paso del tiempo se abrieron más comercios y si bien sabemos Holanda es uno de los países que se dedicaban a la elaboración de gran variedad de quesos y así importarlo al país de Belice para que pudieran llegar a los países vecinos como son: Chetumal, Mérida, Campeche, entre otros.

Conforme a pasado el tiempo las nuevas generaciones ya no tienen el gusto por la alta cocina y los platillos típicos que antes eran tradicionales ahora son solo para ocasiones especiales, debido a que no tienen el tiempo suficiente para cocinar y prefieren la comida rápida.

Por su parte, Brasil tiene mucho que ofrecer en el mundo de las delicias culinarias en sus muchos restaurantes, bares y lugares de comida rápida, situados en los puntos principales de las ciudades. La cocina en sí varía de una región a otra y en gran parte depende de la mayoría étnica de la región. Uno de los platillos más populares son: el moqueca (con mariscos y aceite de palma), el acarajé (un panecillo salado hecho con frijoles blancos, cebolla y frito en aceite de palma), el dendê (que está lleno de gambas desecadas y pimienta roja) y el caruru (con oca amasada, anacardos, gambas ahumadas, cebolla, pimienta y ajo). En Río de Janeiro, la feijoada (un plato de origen africano a base de frijoles cocidos y carne), es tan popular como lo son el arroz y los frijoles.

El cachaca es el licor nativo de Brasil, destilado de la caña de azúcar, y es el ingrediente principal de la bebida nacional, la Caipirinha. El café brasileño es, por supuesto, famoso en todo el mundo.

La influencia indígena en la mesa de los brasileños es particularmente notable en las regiones Norte y Centro-Oeste donde la tradición permanece fuerte hasta el día de hoy. La base de la alimentación es la mandioca, pescado, frutas, carne de caza, maíz y algunas otras legumbres. Cascudo (2004) afirma que el portugués realizó dos aportes importantes a la cocina brasileña: incorporó el uso de sal en la alimentación y mostró a los africanos e indígenas el azúcar.

## **CAPÍTULO II.-**

### **“IDENTIDAD GASTRONÓMICA COMO ELEMENTO DE CULTURA REGIONAL”**

#### **Identidad gastronómica y cocinas tradicionales**

La identidad gastronómica se ha basado en tradiciones mesoamericanas como europeas entre otras culturas, que nuestros antepasados han dejado a lo largo de los años tanto en México como en otros países. Las cocinas que tienen los diferentes países y regiones de Latinoamérica son absolutamente mestizas. Las diferentes culturas como el maya, el moche, el inca y el azteca, tienen un fuerte y extenso acervo a lo culinario, ya que tiene una fuerte influencia en la cocina española desde el siglo XVI.

Para Franco (2001), Bourdieu y Sloan (2005), el gusto y las preferencias alimentarias son formados culturalmente y controlados socialmente. Esto quiere decir, que los hábitos culinarios son influenciados por factores como la clase social, la raza, la religión, la edad, la educación, la salud y el ambiente social. Lo anterior permite afirmar que el gusto es formado en la sociedad a la que se pertenece y no en forma individualizada, también el comportamiento de consumo forma parte de la clase social a la que se pertenece.

Existen tres fuentes básicas en la cocina latinoamericana: la blanca, morena y negra. Se añaden otras cuya influencia fue más bien de índole local, por ejemplo la asiática en el Perú, donde el uso de la cúrcuma es habitual (salvo que la llaman “palillo”) y el arroz chaufa arroz frito estilo chino entra en cualquier enumeración de platos criollos, junto al caucau callos guisados, al oyuquito con charqui o a la carapulcra papa seca, carne de gallina y de cerdo y cacahuete; de la italiana en la cocina venezolana y argentina, donde la pasta ha tomado carta de ciudadanía; la influencia francesa de la segunda mitad del siglo XIX y principios del siglo XX que dejó recetarios llenos de gratenes, soufflés, galantinas, salsa mayonesa, eclairs, marquesas, mousses y hoy día, bajo la influencia del fastfood, le han sido entregados en sacrificio tacos, tamales, quesadillas, burritos, cachapas, arepas rellenas y solo Dios sabe que nos deparará el futuro (Chefuri, 2009).

Una simpática consecuencia de este mestizaje, la constituyen los aromas distintivos de la cocina de cada país ya que, por el mayor o menor uso de determinadas hierbas aromáticas o especias, la comida típica del mismo tiene un olor muy característico. Así, por ejemplo, se observa que en la cocina peruana, predomina un olor mezcla de cebolla, cúrcuma y cilantro. En la venezolana, impera el olor del llamado sofrito, en el cual se mezclan ajo, cebolla y tomate, pero también están presentes el cilantro, el achiote u onoto y el comino, este último en grado tal que hay platos respecto a los actuales como es el caso de la hallaca hasta que no se incorpora el comino, no empiezan a adquirir su olor característico. En la colombiana predominan el cebollín y el cilantro, con un trasfondo de comino y tomillo. En la mexicana se conjugan el olor de los chiles y las tortillas fritas, de la cebolla y los frijoles refritos, mezclado todo con el dulce olor del chocolate, de la canela y de los clavos de olor.

La identidad gastronómica de México ha sido influenciada por varios platillos como los de la cocina cubana, africana, española, del medio oriente entre otras.

Algo que hace diferente la identidad de México hacia los demás países es el chile habanero que aquí en nuestro país es muy común y que a diferencia de los demás países no están acostumbrados a comer picante en exceso.

Para Jordi de San Eugenio Vela hablar de la gastronomía, tiene una relación como se muestra a continuación:

- El estudio de la relación entre cultura y alimento.
- El arte de cocinar, o la técnica de preparar una buena comida.
- La afición a comer bien.
- Componente cultural tomando como eje central la comida.
- Etimológicamente, la palabra "gastronomía" deriva del griego "gáster" o "gastros" que quiere decir estómago y "gnomos", conocimiento o ley.

A partir de estos conceptos vemos que en general se relaciona a la gastronomía con la cultura y, siendo la cultura el principal sello de identificación de un pueblo, podemos deducir que la gastronomía forma parte de esta marca de identidad. Por otra parte uno de los objetivos principales del turismo es el conocimiento de

otros pueblos y su cultura, convirtiéndose la gastronomía, indirectamente, en un objetivo turístico al formar parte de esta cultura.

Según la Real Academia de La Lengua, la gastronomía significa el arte de preparar una buena comida. Pero también podemos observar, que la gastronomía, no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Es así que hablamos de la gastronomía francesa, italiana, china, mexicana, peruana, etc. Todas cuales, se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino que también por su excelencia en la preparación de diversos platos, que han logrado imponerse, en los distintos paladares nacionales.

Es por todo aquello, que existen estudios de gastronomía, los cuales se ven reflejados en diversa literatura. Y es que en la gastronomía, uno puede ver una gran gama de elementos o ingredientes, las cuales confluyen dentro del término. Podemos señalar a la historia, la sociología, la antropología, diversas artes, el estudio de los alimentos por parte de la agronomía, etc. Todos elementos o materias presentes en la cultura arraigada de una nación. La cual, con el paso de los siglos, va dando forma a la gastronomía típica de aquel país o región.

Se sabe que existen estudios de gastronomía, que datan del siglo XIX, incluso antes, los cuales no se reducían a transcribir de manera sistemática, varias recetas.

La gastronomía mexicana es el resultado de una influencia culinaria diversa, donde destacan la española y la indígena resultado la fusión de ambas culturas en el pasado nacional. De estas influencias ha resultado una variada tradición en materia de gastronomía, que incluye desde la cocina tradicional cotidiana, que consumen diariamente millones de mexicanos, hasta la alta cocina internacional producida en restaurantes; siendo un patrimonio cultural de acuerdo con la UNESCO que la define como "un conjunto de creaciones que emanan de una

comunidad cultural fundada en la tradición (UNESCO; 1998)", conjunto en el que grupos sociales reconocen su identidad.

Para Nunes dos Santos, (2007) la manera como se come, lo que se come, dónde se come y cómo se siente quien come con relación a la comida, son todos elementos relacionados con la identidad cultural. Las restricciones y prohibiciones alimenticias de los diferentes pueblos son detalles característicos de cada cultura. Se consideran "exquisitos" los hábitos alimenticios de otras personas, quienes a su vez ven de la misma forma los propios. Las tradiciones de origen religioso también influyen en el hábito de alimentarse, por ejemplo los hindúes consideran a la vaca como un animal sagrado.

Para Woortmann (2004), en la medida en que diferentes grupos, étnicos o regionales, discriminan entre lo que es comido por "nosotros" y lo que es comido por los "otros", los hábitos alimenticios alimentan identidades y etnocentrismos. Tampoco hay que dejar de mencionar que la gastronomía forma parte de un patrimonio cultural inmaterial, definido por Rubín de la Borbolla (2010) como "los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes, que las comunidades, grupos y en algunos casos, los individuos, reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Éste se transmite de una generación a otra, es recreado constantemente por las comunidades y grupos, en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia; les infunde un sentimiento de identidad, continuidad, y contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana".

Según Gordon (2002) cada sociedad en particular posee su propia cultura, singular y coherente, culturas que no pueden ser juzgadas colocando una en oposición a otra.

Los hábitos alimenticios constituyen un espacio en donde la tradición y la innovación tienen la misma importancia, en donde el presente y el pasado se entrelazan para satisfacer la necesidad del momento, producir alegría al instante y convenir las circunstancias (Certeau 1996:212).

## **Identidad gastronómica en los diferentes países**

La gastronomía está relacionada con el producto turístico en la forma de cómo los seres humanos cubren sus diversas necesidades, es decir, el modo de crear nuevas formas de alimentarse pasó a ser historia. Anteriormente los seres humanos se alimentaban para subsistir, pero las diferentes influencias tanto de música, de religión, cultura, de raza, el turismo, entre otras, ha hecho que hoy en día los seres humanos se alimenten no solo por satisfacer una necesidad propia si no que lo hacen por un simple gusto, ya que debido al incremento de los platillos dentro la cocina tradicional de los diferentes países y la forma en cómo lo elaboran, ha ocasionado que nos encontremos con muchas opciones para poder elegir que comer y en donde comer.

A continuación se mencionara la identidad gastronómica de diferentes lugares con mucha influencia en las cocinas tradicionales:

La influencia indígena en la mesa de los brasileños es particularmente notable en las regiones Norte y Centro-Oeste donde la tradición permanece fuerte hasta el día de hoy. La base de la alimentación es la mandioca, pescado, frutas, carne de caza, maíz y algunas otras legumbres. Cascudo (2004), afirma que el portugués realizó dos aportes importantes a la cocina brasileña: incorporó el uso de sal en la alimentación y mostró a los africanos e indígenas el azúcar.

La principal herencia de la colonización portuguesa en la mesa de los brasileños se observa principalmente con la introducción del hábito de hacer y comer dulces hasta entonces desconocidos; transformando algunos alimentos encontrados en Brasil, como por ejemplo la mandioca, en pucheros, dulces y bollos. Ese intercambio de conocimientos culinarios influyó fuertemente los hábitos alimenticios de los brasileños. (Nunes dos Santos, 2007)

El estado de San Pedro, Sonora, inicio con pequeños locales donde había una estufa de leña y se hacían tortillas de harina "de agua" y se vendían "burritos" rellenos con algún guiso como carne machaca, carne con chile, frijoles, etc. No podía faltar el café en talega, alimento de consumo frecuente entre los trabajadores del campo y sus familias. También se expendían productos como leña, algunas hortalizas y verduras, chile colorado y ajo en sartas, calabazas,

entre otras. Posteriormente las familias van cambiando sus patrones de consumo, tanto por el abandono de las actividades agrícolas como por la oferta alimentaria que ofrecen los comercios que se han establecido en el lugar, como son las tiendas de autoservicio en donde se encuentra una gran variedad de productos industrializados, frutas y verduras durante todo el año. En San Pedro hay también pequeños comercios dedicados a la venta de comida rápida como pizzas y hamburguesas, además de los lugares en los que se expenden platillos tradicionales como tacos de carne asada, adobada, menudo, pozole, burritos, tamales, elotes, etc. (Meléndez Torres & Cañez De la Fuente, 2010)

Para los Costarricenses su alimentación es optar por las comidas típicas que hoy se conservan tenemos: el exquisito bizcocho elaborado con harina de maíz, pan casero, las tortillas compañeras de un sin fin de platillos como: la sopa de mondongo, de albóndigas, la olla de carne, picadillo de papa, de chayote, arracache, plátano verde, guisos, frijoles molidos etc., contamos con gran variedad de arroz compuestos como: el famoso arroz con pollo, guacho, jardinero y el sencillo arroz blanco o con achiote. Los gallitos de frijol molido, chicharrón de cerdo, chorizo y todas las combinaciones que usted desee es un plato exquisito y da la posibilidad de crear la combinación que usted guste. En diciembre toda la familia elabora los tradicionales "tamales" de Navidad, están hechos con masa de maíz, pollo, chicharrón, arroz y vegetales esto no significa que no pueda prepararlo en cualquier época del año. Los almuerzos de mayor consumo en la dieta costarricense son: el maíz, la yuca, los frijoles, el plátano, la carne de cerdo, carne de res, pollo, las patatas y una gran variedad de frutas y verduras frescas. Uno de los platos típicos costarricenses es el "Casado", compuesto de carne o pollo en salsa, acompañado de arroz, frijoles, plátano maduro, ensalada y puré de patata. Se acompaña en ocasiones con un huevo o con aguacate, según la época de mayor abundancia de este último producto. En épocas festivas, principalmente en Semana Santa, las familias costarricenses hacen un compuesto de tamalitos de frijol, tamalitos de puré de patatas, palmito asado, mazamorra y sopa de bacalao. Como bocadillos tanto dulces como salados están los prestiños, las cocadas, la conserva de chiverre, los suspiros, las quesadillas, los palitos de queso. El desayuno típico se compone de una deliciosa combinación de arroz y



frijoles negros conocida como gallo pinto, que se suele acompañar con huevos al gusto, tortillas de maíz y crema ácida, o sea, la natilla. Quienes cuentan las calorías pueden preferir un plato de frutas tropicales con papaya, sandía, piña, banano y, en temporada, mango o melón. Los casados, muy populares para el almuerzo, son platos con arroz blanco, frijoles, plátano maduro frito, ensalada, queso blanco, picadillo de verduras y la selección más gustada de carne, pollo o pescado. Las sopas sustentadoras son platos favoritos para la cena. Los postres que se ofrecen comúnmente incluyen flanes de caramelo o coco y varios tipos de budines. (estrellas, 2011)

La gastronomía colombiana es producto de la mezcla de tres etnias principales que poblaron nuestro territorio: indígenas, españoles y africanos. Este mestizaje define no solo nuestra identidad gastronómica, sino también la identidad cultural y poblacional de nuestro país. La gastronomía colombiana es producto de la mezcla de tres etnias principales que poblaron nuestro territorio. Es así como actualmente existe una gran variedad de platos típicos en nuestro país que responden esencialmente a una simbiosis de estas tres culturas.

### **Colombia prehispánica, predominio de tubérculos y frutas**

El patrón alimenticio de los pobladores prehispánicos estuvo marcado principalmente por el consumo de productos nativos provenientes de la agricultura y la caza, dentro de los cuales predominaban una variedad de tubérculos y frutas. Aportes españoles a la gastronomía colombiana: carnes y especias entre los siglos XVI y XIX a raíz del descubrimiento de América, nuevos ingredientes fueron incorporados en la dieta indígena, formando las bases de la cocina andina colombiana. El arroz, las leguminosas, las carnes de diferentes animales, el azúcar, el trigo, verduras y especias, así como nuevas técnicas de preparación mediante utensilios de peltre son algunos de los aportes españoles más importantes a nuestra gastronomía.

### **Tradición culinaria africana, frituras y dulces**

El tercer aporte más importante llega con los africanos traídos en la época de la Colonia para trabajar como esclavos en las minas y los cañaverales. Técnicas de cocción como las frituras, preparaciones como los dulces en confitura, cereales apilados, salsas, comida de mar y tubérculos como el ñame y el plátano se amalgaman con el aporte indígena y español, creando así una identidad gastronómica para cada región colombiana. (Promoción de turismo, 2011)

En cambio la gastronomía española es especialmente interesante debido a la calidad y variedad de sus productos, con los que se elabora la saludable dieta mediterránea. La gastronomía de España es un importante atractivo turístico.

No podemos hablar de una cocina en concreto de España, ya que habría que hacerlo sobre cada cocina regional que compone nuestro país. La gastronomía de España mantiene unos rasgos comunes y característicos, como son el aceite de oliva, "oro líquido", tanto en crudo como en frituras. Los sofritos tan importantes en el momento de elaborar recetas de cientos de platos. El empleo de ajo y cebolla como condimentos principales en las preparaciones de los alimentos. El hábito de la copita de vino en las comidas y el consumo de pan en las mismas. La sana costumbre de tomar ensaladas y el consumo a la hora de tomar un postre como una pieza de fruta o algún producto lácteo. Y como olvidar el momento más dulce en el que podemos encontrar una gran variedad de tartas y pasteles. Entre los platos típicos de españoles hay que destacar la famosa tortilla de patatas, la paella, los pistos, el gazpacho, las migas o los embutidos (jamón serrano, chorizo, morcilla), así como los quesos (no hay región que no tenga los suyos). Son frecuentes los platos con legumbres como base (lentejas, garbanzos, alubias, etc.), los cocidos o potajes, aunque cada región tiene estos platos con sus propias características. También el pan tiene muchas formas de realizarse, dando variedades muy distintas en cada región. Pero donde más coinciden las distintas regiones de nuestro país, es en los postres y dulces, ejemplos como el flan, las natillas, el arroz con leche, las torrijas, las magdalenas o los churros, son algunos de los más representativos.

La cocina Yucateca es el delicioso resultado de un mestizaje culinario que combina la influencia europea y criolla están hechos de una exquisita mezcla de sabores mexicanos y europeos. Algunos platillos típicos son el pib asado o cocido bajo la tierra, el chachacwajes especie de tamal colado, chacbinal que es elote cocido en agua y el mucbipollo manjar de los yucatecos.

Hablando de la cocina de nuestro Chetumal, tiene gran influencia extranjera, como el "Rice and beans" (guiso hecho a base de arroz colorado frito en aceite de coco, con plátanos fritos y frijoles, acompañado con carne de pollo o pescado).

El "Meat pie" (pay de carne molida de res enchilada) del tamaño de un bizcocho, el cual se prepara en cualquier época del año; se recomienda comerlo recién horneado para que la pasta no endurezca y pierda suavidad.

Es costumbre para la época de navidad preparar el "Fruit cake" (pastel hecho con azúcar quemada, frutas de temporada y licor, que puede ser brandy o ron) y los pudines, como el arroz con leche; elaborado con leche de coco enlatada o en polvo (Forstson, 1984). Otro alimento típico de Belice, que se consume en Chetumal, son los mangos verdes y las ciruelas en salmuera (para prepararlos se mezcla agua purificada con alguno de los dos frutos, sal y chile habanero al gusto; se deja reposar en un frasco sumergiendo la fruta por 3 días y después se consume). Se recomienda acompañar esta botana con cerveza al calor de una tarde después de un arduo día de trabajo. El consumir estos alimentos nos recuerda cómo era la dieta de nuestros colonos al término de las actividades que realizaban, como la pesca, tala de maderas y la extracción del chicle. (uqroo, 2011)

La cocina internacional no más que una mezcla muy variada y algo interpretada de otras gastronomías nacionales, esto es así debido a que es un país creado fundamentalmente de inmigrantes procedentes de diferentes países de Europa, Asia, África, y otros países. Podría denominarse como autóctona la gastronomía de los indios nativos de Norteamérica y el resto es una fusión de diferentes culturas gastronómicas llevadas a diferentes extremos, por una parte está la fastfood llena de su atractivo marketing, por otra parte está la comida tradicional fundamentada en las tradiciones ganaderas de antaño, tanto de ganado vacuno como ovino y caprino. Dado el gran tamaño del territorio de los

Estados Unidos no es de sorprender que la cocina sea diversa y que pueda ser tipificada en variantes regionales. La cocina de la costa este, por ejemplo, hace uso como ingredientes del pescado y de los mariscos mucho más que las cocinas del medio oeste, donde el maíz y la carne de vacuno tienen una mayor preponderancia y se dispone mejor de ellas. En algún grado el aumento de las capacidades de transporte de alimentos ha beneficiado la mezcla de diferentes gustos entre las regiones, no obstante los estadounidenses siguen asociando algunos alimentos a ciertas zonas del país, de esta forma los filetes (*steak*) están relacionados con Omaha; la langosta americana con Maine; el salmón con la costa del Pacífico Noroeste; y el cangrejo azul y el *crabcake* con Maryland. La cocina estadounidense ha sido capaz, no obstante, de sobrepasar las fronteras, algunos ejemplos como la cocina Tex Mex, criolla, los restaurantes de barbacoa y otros pueden encontrarse en muchos lugares del mundo, siendo más populares los restaurantes *fast-food* y los *burgerbars*, las pizzerías.

Para Franco (2001), el *fast-food* no puede ser considerado como un mero indicio de regresión gastronómica ya que presenta un aspecto fundamental innegable: satisface la necesidad actual de rapidez y responde a la demanda de relaciones impersonales como consecuencia de la cultura urbana de hoy en día. La *McDonaldización* de la sociedad produce nuevas identidades a través de los establecimientos *fast-food*. La desritualización de la comida y el vacío de la comunicación e intercambio humano transforman la comida en una mera operación de reabastecimiento.

El concepto de comida rápida aparecía en Europa durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra Bistró (en ruso: *bystro* = *rápido*). Los restaurantes franceses Bistró quedaron con esta denominación a partir de entonces.

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (*tv dinner*) con este invento, una persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en

casa. Se hizo muy popular en los establecimientos de conveniencia y por esta razón se le conoce también al alimento preparado como "alimento de conveniencia". A finales de los años 1990 empiezan a aparecer movimientos en contra de la "fast-food" y denuncian algunos aspectos acerca de la poca información, el alto contenido de grasas, azúcares y calorías de algunos de sus alimentos (aparece acuñado del término comida chatarra o comida basura). A comienzos del siglo XXI aparecen ciertas corrientes contrarias acerca de la comida rápida, algunos como el movimiento Slow food nacido en el año 1984 (promovido por Joseph Bové) pone como sus objetivos luchar en contra de los hábitos que introduce la comida rápida en nuestras vidas. Aparecen documentales en los medios denunciando la situación como la película documental más relacionada con la hamburguesa superSieMe y protagonizada por Morgan Spurlock (2004), en la que decide alimentarse únicamente de comida de los restaurantes McDonald's durante un mes entero. La presión social aumenta y algunas cadenas de restaurantes de comida rápida como McDonald's anuncian en marzo de 2006 que incluirá información nutricional en el empaquetamiento de todos sus productos.

Una de las características más importantes de la comida rápida, es que puede consumirse sin el empleo de cubiertos, algunos ejemplos son pizza, hamburguesas, pollo frito, tacos, sándwiches, patatas fritas, aros de cebolla, etc.; característica que permite diferentes tipos de servicio: consumo en local, recogida en local y consumo en la calle o a domicilio, entrega domiciliaria.

Adicional a esta característica es que en la mayoría de los establecimientos de comida rápida no hay camareros, tampoco servicio de mesa aunque si suele haber personal encargado de recoger y limpiar las mesas preparándolas para los nuevos comensales, y las personas deben hacer una fila para pedir y pagar su comida, que es entregada al instante o tras un breve lapso de tiempo para que posteriormente pueda ir a disfrutarla, sentado en el local o en otro lugar. El que no haya servicio de mesa propiamente dicho hace que sea frecuente que los establecimientos "inviten" a los clientes a recoger la comida depositando los restos en cubos de basura y el utillaje (a menudo solamente la bandeja) en un lugar dispuesto a tal efecto.

La comida rápida se hace a menudo con los ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia y para preservar frescura. Esto requiere un alto grado de ingeniería del alimento, el uso de añadidos y las técnicas de proceso que alteran substancialmente el alimento de su forma original y reducen su valor alimenticio. Esto hace que sea habitualmente calificada de comida basura o comida chatarra.

En conclusión podemos decir que las diferentes cocinas, además de tener un origen cultural, mezclado a su vez con otros tiempos remotos ha originado un alto incremento dentro de su alimentación diaria del fast-food debido al poco tiempo disponible para cocinar o debido al valor agregado que le ponen los medios masivos a los alimentos ha hecho que se pierda la cocina tradicional, el gusto por el buen sazón y opten por elegir la comida rápida. En particular Chetumal ha adquirido dentro su alimentación diaria la influencia del fast-food pero de igual modo está relacionada con el producto turístico debido a la mezcla de las diferentes cocinas tanto de Yucatán, como Beliceña entre otras.

### **Turismo & identidad gastronómica**

El turismo admite múltiples definiciones, pero, en nuestro caso concreto, el que nos interesa es su interacción comunicativa desde el punto de vista de intercambio cultural, aportando y recibiendo influencias de identidad y es capaz de transmitir una imagen simbólica del lugar a visitar. Por este motivo, ha sido utilizada y se continúa utilizando como uno de los elementos de comunicación turística de un destino. La gastronomía como "recurso turístico", y en este quería resaltar la importancia que tiene como tarjeta de presentación, como símbolo, como imagen de un destino turístico; en definitiva como una marca de identidad turística.

Por tanto, el turismo gastronómico se empieza a diferenciar como una actividad turística de importancia, al estar relacionada con otros aspectos necesarios de un sitio de atracción turístico. Sustentando lo anterior, se ha observado a lo largo de estas dos últimas décadas que "la actividad turística ha tendido a generalizarse a nivel espacial y social, diversificando productos y dando lugar a turismo específico

y las pautas de consumo más reciente han privilegiado los bienes volátiles en detrimento de los bienes manufacturados” (Feo,2005:21)

Como señalan B. Gómez y X. A. Ernesto (2002), en el turismo gastronómico, los productos alimenticios y las especialidades culinarias se convierten en vehículo de acercamiento cultural en la medida en que se configuran como elementos identificadores de pueblos y territorios. Esta nueva forma de aproximación a la cultura de un lugar, región o país tiene un carácter más activo y vivencial, lúdico y festivo y, a priori, procura un desarrollo sostenible que pasa por: a) asegurar el mantenimiento de los recursos turísticos; b) mejorar los niveles de bienestar de la población que se encarga de su producción y comercialización y, por último, c) garantizar la satisfacción de la experiencia turística por la vía de la calidad. Esta satisfacción de la experiencia turística por la vía de la calidad va ligada con frecuencia a la existencia y promoción de productos alimentarios con marchamo de calidad (Gómez Martín y Ernesto López, 2002: 139)

Para este nuevo turista, la parte central de su viaje está determinado por la posibilidad de participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico, de experimentar la cultura en el sentido de una forma distintiva. Las actividades llevadas a cabo, consisten en eventos locales, con culturas distantes - en el espacio o en el tiempo, en la observación directa de monumentos, edificios, pueblos o ciudades distintivos por su pasado real o hiper real.

#### **Factor diferencial o la singularidad de un territorio.**

Debe interpretarse como aquel valor añadido que posibilita visibilidad y notoriedad a un determinado emplazamiento. En este sentido, y a modo de ejemplo, el Restaurante “El Bullí” de Roses proporciona a la localidad gerundense un valor añadido que va más allá de la tradicional oferta de sol y playa que históricamente viene ofreciendo el municipio.

Por tanto, y de algún modo, Ferrán Adrià ejerce a modo de extraordinario preceptor y, por supuesto, de embajador culinario que permite, de entrada, incorporar una oferta de turismo gastronómico que representa una alternativa complementaria a la madurez del sol y la playa.

Las palabras de Eulogio Bordas, presidente de la consultoría turística THR, en relación a la necesidad de comercializar la actividad turística con argumentos alejados del estricto raciocinio apostando por la argumentación emocional, o lo que él denomina *dream society* (sociedad de ensueño), nos permitirán entender perfectamente el rol que desarrolla la gastronomía en un contexto global de comercialización de emociones.

Existen en la actualidad varios ejemplos de uso de argumentos alimenticios y/o gastronómicos con finalidades de consolidación de un icono comercializable. Es el caso, por ejemplo de la comunidad de La Rioja, situada para todos, como la "tierra del vino". Lo mismo pasa con el jamón de Guijuelo y otros tantos ejemplos que construyen escenarios emocionales: sabor, bienestar, placer, etc.

En cualquier caso, tal y como mencionamos en un artículo anterior, cada vez son más los profesionales de la comunicación que dedican sus esfuerzos a trabajar con las enormes posibilidades de explotación intangible de los valores e identidades que se desprenden de la opción gastronómica como recurso de posicionamiento turístico.

Haciendo un símil, podríamos afirmar que las empresas trabajan para transmitir una imagen corporativa favorable, mientras que en el ámbito de la comunicación institucional, se trabaja, con especial intensidad en los últimos tiempos, en el proceso de construcción de imagen corporativa para el territorio que nace a partir de un acertado posicionamiento identitario.

En este sentido la "emoción de la cultura", y en particular la gastronomía como una de las manifestaciones más tangibles y perceptibles de la cultura de los pueblos, representa ya un argumento de promoción evolucionado y, por consiguiente, adaptado a la realidad de nuestros tiempos.

El factor implicación o lo que es lo mismo, la complicidad público-privado es clave en la construcción de un "aparato identitario" de marcado perfil gastronómico. Las asociaciones gastronómicas locales desarrollan, en este sentido, una tarea importante, por ejemplo en las ferias de turismo, donde se hacen visibles y



acompañan a la convencional estrategia de promoción turística con un valor añadido de “cultura transportable”, la cultura gastronómica.

### **Historia de la cocina mexicana**

En los años de la Conquista de México (1519-1521), se añadieron a la cocina mexicana nuevos ingredientes como los distintos tipos de carnes de los animales provenientes de Europa. Precisamente la gastronomía mexicana es considerada hoy en día una de las más ricas a nivel mundial, extendiéndose su influencia a muchas partes del mundo, pues conquistadores, colonizadores y visitantes llevaron a su vez a Europa ingredientes mexicanos que hoy matizan la gastronomía de otros lugares.

El acto de cocinar en México ha sido considerada una de las actividades más importantes en el ámbito social y cultural como por ejemplo cocinar para unos quince años o para el día de muertos. Las costumbres gastronómicas en México están muy ligadas a la ocasión y al origen social de los comensales e incluso hasta las épocas del año. Pero se puede decir que hay tres instantes del día importantes desde el punto de vista de la relación social con la comida de los mexicanos:

- **Desayuno**, que puede ser una ocasión para probar los tamales y el atole acompañado de unas quesadillas, o algún guisado de carne acompañado con maíz. Asimismo, se puede disfrutar de los chilaquiles o los molletes. En cuanto a los tamales, es habitual encontrar en las calles puestos ambulantes de tamales que también ofrecen las famosas tortas de tamal o «guajolotas».
- **Almuerzo o comida**, que suele servirse entre la una y las cuatro de la tarde, suele ser muy abundante. Suele haber dos o hasta cuatro tiempos: el primero consiste en una sopa con ingrediente de arroz (el arroz puede servirse también como segundo tiempo, entre la sopa y el guisado) y posteriormente se sigue de un plato más fuerte que suele ser llamado «guisado» y, para finalizar, los dulces o postres.

- **Merienda**, que suele ser el instante de reunión familiar en el que predominan los sabores dulces: el chocolate (se denomina a *la española* o *champurrado*), los panes, y los famosos antojitos: las enchiladas, los pambazos, los tamales, las quesadillas y los tacos.
- **Cena**, que se suele servir después de las 7 u 8 de la noche; generalmente es un platillo fuerte, puede ser similar al del almuerzo o al de la comida, o muchas veces es carne asada (res, puerco, pollo) y camote caliente.

Cada vez más esta división se ha ido perdiendo en ciertos sectores sociales, que sólo hacen tres comidas: desayuno, comida y cena, y optan así por una dieta más ligera, pero que no los exime de disfrutar de unas quesadillas, unos chilaquiles o unos huevos rancheros.

La diversidad es una característica muy importante de la cocina mexicana, ya que cada estado mexicano posee sus propias recetas y tradiciones culinarias.

Hay ciertas creaciones gastronómicas que surgieron localmente y que por su calidad y aceptación generalizada se han vuelto emblemáticas de la cocina mexicana en lo general. Este es el caso de platillos como la cochinita (yucateca), el mole oaxaqueño, el mole poblano, el pozole (identificado con Sinaloa, Jalisco y Guerrero) el cabrito (coahuilense y neoleonense) el pan de cazón campechano, el Churipu y las corundas purépechas (de Michoacán) el menudo de Sinaloa, Sonora y Chihuahua y otros muchos alimentos, en una larga lista de honor de la gastronomía mexicana. Aunque algunas sobresalen, en efecto, por su bien ganada fama y difusión, estas tradiciones gastronómicas regionales deben jerarquizarse sólo en función de gustos personales.

Muchos postres con queso de bola son elaborados en nuestra Península de Yucatán y es sin duda son una delicia, se puede comprar estando de compras en la zona libre de Chetumal y es sin duda un ingrediente esencial para un platillo que se prepara en Mérida Yucatán. El queso relleno, aparte que es muy usado en otros platillos y gustos, como en las famosas marquesitas.

## **Origen del queso Edam**

Edam tiene una rica historia como puerto y centro comercial para el queso. El queso de la región del norte de Holanda se ha vendido tan lejos como los Países Bajos meridionales (más o menos equivalente a la de hoy en día Bélgica, Flandes, Francia y Luxemburgo) durante siglos. Hoy en día la fábrica de productos lácteos BeemsterKaas, ubicado en esta zona, produce queso de calidad superior de la misma manera como en los días de BeemsterKaas edad, al igual que. Este queso con su contenido de sal relativamente baja y completo, sabor cremoso no es sólo popular en los Países Bajos, pero en muchos otros países también. El paisaje de polder que rodea la ciudad, con su rico suelo y el viento salado del mar, es ideal para guardar el ganado. Esto es en parte por qué esta región se ha destacado en la elaboración del queso desde hace siglos.

Edam se le concedió el derecho a tener un mercado libre en 1520 por los Habsburgo emperador Carlos V, 50 años más tarde, el príncipe Guillermo de Orange fue de conceder un derecho de "queso de la casa" a perpetuidad. La casa actual de peso fue construido en 1778 y los mercados de queso se llevaron a cabo todos los días hasta 1922. Sin embargo, la aparición de fábricas de queso marcó el final de los mercados agrícolas de queso.

La tradición sigue viva en los mercados de hoy en día el queso Edam. El queso redondo conocido vende en los mercados de queso, ya era conocido en el siglo 15 y fue enviado fuera del Edam - de ahí su título de queso Edam.

Aquí se puede ver cómo el queso se transporta al mercado en barco o en carro tirado por caballos, como lo fue en los viejos tiempos. En el mercado, el agricultor tiene su queso descargados por los transportistas de queso especial - en los días pasados que eran miembros de un queso gremio portadores. Los comerciantes de probar el queso de los agujeros de perforación en el mismo y determinar la calidad y por lo tanto, el precio sobre la base de esta muestra. Si un lote va muy bien con el comerciante, los portadores de queso que llevan a las escalas en la casa de un peso en una carretilla de mano.

La asociación más evidente con 'Edam' es 'queso'. Durante siglos, los quesos redondos conocidos Edam han sido enviados desde esta pequeña ciudad a todos los rincones del mundo.

El mercado del queso, una vez restaurado a su lugar de honor, se escenifica cada semana durante los meses de julio y agosto. Y la casa de pesaje y los almacenes de queso cercanas mantener vivo el recuerdo de un pasado colorido. Sin embargo, Edam es más que el queso.

### **CAPÍTULO III.-**

#### **“MÉTODOS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN”**

La metodología que se utilizó en la presente tesis se aplicó a manera de investigación descriptiva de la identidad gastronómica del queso de bola Edam en la ciudad de Chetumal Quintana Roo, por lo que los resultados se refieren a las personas que habitan en esta ciudad. A través de los chetumaleños se obtuvieron datos sumamente importantes acerca de los hábitos, costumbres, gustos y/o motivaciones que determinan sus preferencias para consumir ciertos tipos de platillos, postres, panes o antojos elaborados a partir de este queso tan arraigado en la costumbre regional.

#### **AREA DE INVESTIGACIÓN**

El instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) nos dice que el estado Quintana Roo es uno de los 31 estados que junto con el Distrito Federal conforman las 32 entidades federativas de México.

Se ubica al este de la península de Yucatán, en la frontera con Centroamericana. Colinda con los estados de Yucatán hacia el noroeste y Campeche al oeste; al norte con el golfo de México; al sur el Rio Hondo delimita su frontera con Belice y unas señales de piedra colocadas en su sierra (Las Mojoneras) delimitan su frontera con Guatemala.

Cuenta con 9 municipios tiene una extensión de 44 705 km<sup>2</sup>, el 2.3% del territorio nacional (sin incluir Isla Cozumel e Isla Mujeres), cuenta con una población de 1 325 578 habitantes, el 1.2% del total del país. En cuanto a su distribución geográfica es del 88% para la zona urbana y 12% rural.

La población del municipio de Othón P. Blanco está conformada por 244 553 habitantes, en donde 121 906 son hombres provenientes en todo el municipio en donde 74 273 hombres son de la localidad de Chetumal y 122 647 son mujeres de todo el municipio de las cuales 76 970 son mujeres chetumaleñas (INEGI, 2010). Para demostrar la confiabilidad del tamaño de la muestra, usaremos la técnica de muestreo para población finita.

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se utilizó fue por medio del método cualitativo y cuantitativo.

La investigación cualitativa consiste en penetrar, a través de las ciencias de la conducta, por el comportamiento del consumidor, por lo que ayuda a entender el porqué de la naturaleza de sus motivaciones y frenos psicológicos. Esta investigación es utilizada en gran medida para el trabajo exploratorio, que se basa en impresiones y se realiza entre pequeños grupos de personas que se entrevistará en grupo o individualmente. En cambio, la investigación cuantitativa permite el manejo numérico de la información, a través de muestras representativas, a fin de proyectarlas a todo el universo objeto de nuestro estudio, su objetivo principal es reflejar lo que ocurre realmente en un mercado, es decir ofrecer respuestas al que, cuando, cuanto, donde, y como suceden los hechos en segmentos definidos; esta investigación es estructurada y determinante, se realiza entre un gran número de sujetos entrevistados individualmente. (Fisher, Navarro, & Espejo, s/f)

Los métodos de investigación de tipo cualitativos que aplicaremos son: Entrevistas a profundidad o también llamada entrevista personal para (Jr, Bush, & Ortinau, 2003), una entrevista a profundidad consiste en un proceso formalizado en el que un entrevistador bien capacitado, formula a un sujeto, un conjunto de preguntas semi-estructuradas de sondeo, por lo regular, en persona. Dependiendo de los objetivos de investigación, el entorno normal de esta entrevista es el hogar o la oficina del sujeto o algún centro de entrevistas especializado que sea muy conveniente para él.

(Castro, Nicolás, & Hinestroza, 1994) Una entrevista a profundidad es también llamados coloquios clínicos, que consiste en una conversación entre entrevista e investigador; generalmente un psicólogo o un psiquiatra en donde se induce hablar el sujeto alcanzando un notable grado de confianza. Existen dos modalidades de acuerdo con el rol de investigadores, la entrevista guiada y la no

guiada. La entrevista a profundidad se ocupa del estudio de un individuo a base de la entrevista directa cuya finalidad es hablar acerca de asuntos específicos.

(Altamirano, 2001) La entrevista a profundidad pretende descubrir los resortes o motivaciones que empujan o frenan un determinado evento, se usan como pre-investigación, y por lo general se trabajan con muestras muy pequeñas. Por lo regular, las condiciones para una entrevista de profundidad exitosa son las siguientes: Habilidad del entrevistador para ganar la confianza y empatía de los entrevistados a la vez que fomenten una expresión libre y sin temores para favorecer la obtención de la información, presentar una guía de preguntas.

Se encuestaran a algunos extranjeros así como estudiantes, amas de casa, o personas adultas como los diferentes rangos de edades: de 18 a 21 años, de 22 a 35 años, de 36 a 65 años y más de 66 años con niveles socioeconómicos por encima de los \$2, 500 quincenales, para con esto poder implementar nuevos insumos dentro del menú restaurantero a base del queso de bola.

También se tendrán como referencia fuentes secundarias como lo son los libros, algunos sitios de internet y distintas instituciones como: INEGI, SECRETARIA DE TURISMO, la gastronomía de diversos lugares, entre otras.

Posteriormente, los resultados arrojados serán procesados en el programa SPSS, se analizarán los resultados a través del análisis bivariado y/o multivariado que nos ayudará para enriquecer el conocimiento sobre el comportamiento y las preferencias de los consumidores.

La prueba de clústers nos permitirá medir la cercanía de las respuestas en función de la identidad que existe en torno al consumo del queso de bola. Igualmente el análisis factorial permitirá explicar los determinantes que reducen la explicación en torno a los gustos y preferencias de los consumidores respecto al producto en investigación. El cruce de variables entre las de control y explicativas permitirán mediante análisis de correlación de Pearson, el grado de asociación entre las mismas. Invariablemente se analizarán estadísticas descriptivas comunes como la moda, media y varianza.

(Villardón, 2012) El Análisis de Clústers (o Análisis de conglomerados) es una técnica de Análisis Exploratorio de Datos para resolver problemas de

clasificación. Su objeto consiste en ordenar objetos (personas, cosas, animales, plantas, variables, etc.) en grupos (conglomerados o clúster) de forma que el grado de asociación/similitud entre miembros del mismo clúster sea más fuerte que el grado de asociación/similitud entre miembros de diferentes clústers. Cada clúster se describe como la clase a la que sus miembros pertenecen. Los resultados de un Análisis de Clústers pueden contribuir a la definición formal de un esquema de clasificación al como una taxonomía para un conjunto de objetos, a sugerir modelos estadísticos para describir poblaciones, a asignar nuevos individuos a las clases para diagnóstico e identificación, etc.

(Anderberg, 1947) El análisis Clúster, también conocido como Análisis de Conglomerados, Taxonomía Numérica o Reconocimiento de Patrones, es una técnica estadística multivariante cuya finalidad es dividir un conjunto de objetos en grupos (clúster en inglés) de forma que los perfiles de los objetos en un mismo grupo sean muy similares entre sí (cohesión interna del grupo) y los de los objetos de clústers diferentes sean distintos (aislamiento externo del grupo).

(Kinnear & Taylor, 1998) El Análisis Clúster en la investigación de mercados es usado para la segmentación de mercados; comprensión del comportamiento del comprador (identificación de grupos de compradores homogéneos para analizar el comportamiento de cada grupo por separado); identificar oportunidades para nuevos productos, seleccionar mercados de prueba, reducción de datos con el fin de facilitar el manejo de la información

(Domenech, 1985) El coeficiente de correlación de Pearson, pensado para variables cuantitativas (escala mínima de intervalo), es un índice que mide el grado de variación entre distintas variables relacionadas linealmente. Adviértase que decimos "variables relacionadas linealmente". Esto significa que puede haber variables fuertemente relacionadas, pero no de forma lineal, en cuyo caso no proceder a aplicarse la correlación de Pearson. El coeficiente de correlación de Pearson es un índice de fácil ejecución e, igualmente, de fácil interpretación. Digamos, en primera instancia, que sus valores absolutos oscilan entre 0 y 1.



El valor del coeficiente de correlación de Pearson nos permite estudiar la importancia estadística de la relación entre dos variables por medio del análisis de la significación de la asociación hallada. Sin embargo, la significación estadística de una relación está fuertemente determinada por el tamaño muestral utilizado, de manera que a medida que aumenta el tamaño de muestra es más fácil encontrar una relación significativa ya que disminuye el valor criterio de referencia. (Palmer, Jiménez, & Montaña, 2011)

El coeficiente Pearson es el sistema de correlación usado con más frecuencia. Moda es una medida de tendencia central muy importante en el campo de la estadística ya que indica, en un conjunto de datos estadísticos, aquellos que se presentan con mayor frecuencia. (Corrales & Ovando, 2005)

Mediana es mejor conocida como media aritmética o promedio, es quizás de las medidas estadísticas de mayor uso. El cálculo y empleo de esta medida es simple. (Corrales & Ovando, 2005)

Media es la suma de los valores de la característica poblacional ponderados con sus respectivas frecuencias (Caballer, 2008)

Así como también las entrevistas a profundidad realizadas a personas conocedoras del tema, entre ellas destaca:

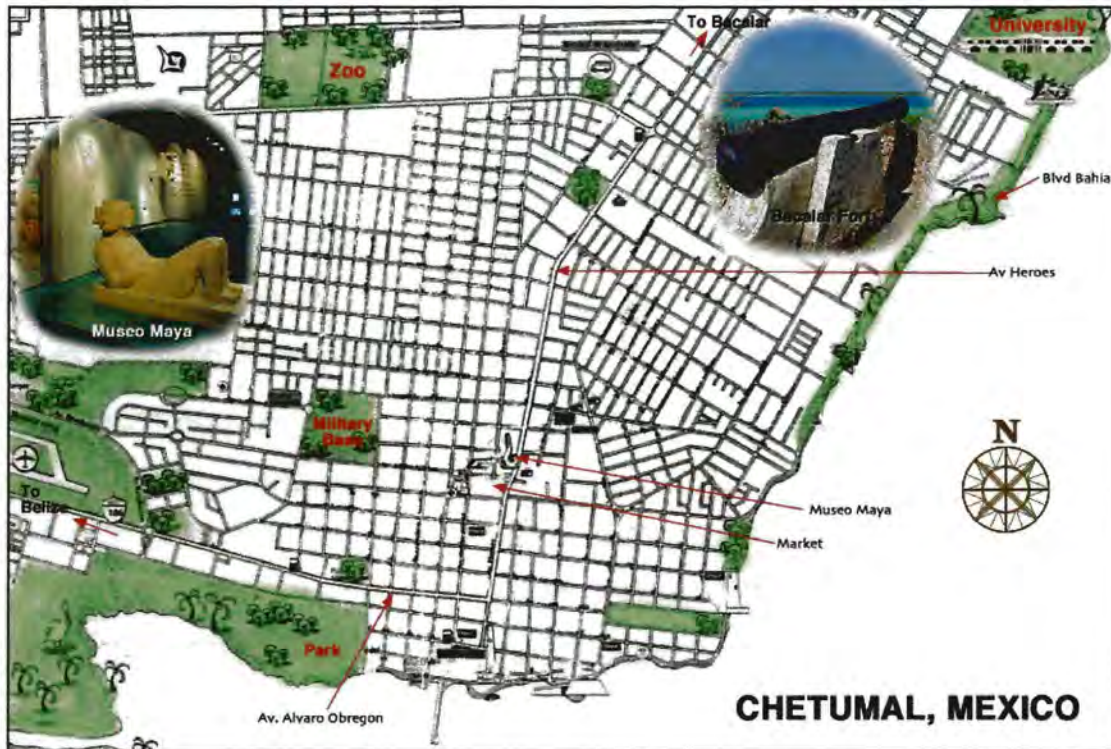
El distinguido Johnny Baroudi quien amablemente acepto platicar sobre el queso de bola y enriquecer la información ya que es el único que cuenta con el permiso para exportar e importar el queso de bola y otros productos.

El presidente de la CANIRAC al distinguido empresario José Trinidad Alcocer Bravo, quien cordialmente acepto tener una plática sobre el sector gastronómico orientado al segmento restaurantero debido a que él cuenta con su propio restaurant de nombre "TRINOS CAFÉ-RESTAURANT".

Se realizó la entrevista al que será el nuevo presidente de la CANIRAC Carlos Angulo Carrillo quien lleva viviendo 20 años en Chetumal y quien tiene conocimiento de los platillos del queso de bola. Cita en su entrevista que desde que nació los platillos que antes se servían eran los antojitos acompañados con el queso de bola. Cabe destacar que cuenta con su propio restaurante donde se

encuentran en el menú el tradicional queso relleno, elaborado a partir del queso de bola.

La zona donde realizaremos la investigación, como ya se hizo mención anteriormente, será la ciudad de Chetumal Quintana Roo, como se pueden apreciar algunas calles importantes en el siguiente mapa:



Fuente: (Chetumal Quintana Roo, 2011)

Es importante señalar en el trabajo de investigación, que las clases sociales se dividen en 6 diferentes grupos, como se muestra en la siguiente tabla:

**El nivel de ingresos familiar según el nivel socioeconómico**

Nivel	Ingreso Mínimo	Ingreso Máximo
A/B	85,000.00+	
C+	35,000.00	84,999.00
C	11,600.00	34,999.00
D+	6,800.00	11,599.00
D	2,700.00	6,799.00
E	0.00	2,699.00

Fuente: (Publica, 2011)

### MUESTRA:

Para calcular el tamaño de la muestra de investigación aplicaremos la siguiente fórmula:

**Población Finita:** 
$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

$n$  es el tamaño de la muestra;

$Z$  es el nivel de confianza;

$p$  es la variabilidad positiva;  $q$  es la variabilidad negativa;

$N$  es el tamaño de la población;

$E$  es la precisión o el error.

Tomando como referencia la INEGI, 2010, la población de Chetumal Q. Roo es de 244 553 habitantes, con un margen de confianza del 99%, 0.05 de error y probabilidad a favor de 0.5%; la fórmula se desarrolla como sigue a continuación:

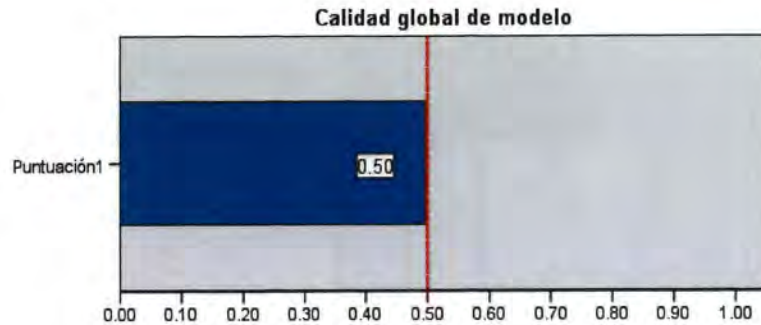
$$n = \frac{(1.96^2)(0.05)(0.05)(244,553)}{(0.05)^2 + (1.96^2)(0.05)(0.5)} = \frac{=3.8416(0.61138) \quad 2.348687}{0.025+3.8416(0.0025) \quad 0.012104} = n = 194.0422$$

El tamaño de la muestra será de 194 encuestas, conociendo la población.

#### CAPÍTULO IV.-

### “PRESENCIA DEL QUESO DE BOLA EDAM EN LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA EN EL SUR DE Q.ROO”

**Figura 1a Género \* Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola**



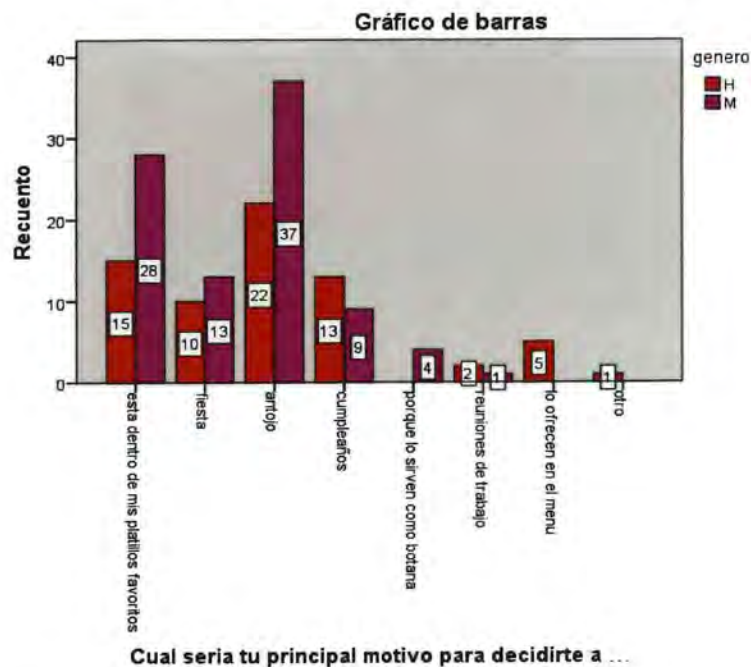
Un modelo correcto tiene un valor superior a 0,5  
Un valor inferior a 0,5 indica que el modelo no es mejor que la predicción aleatoria

**Figura 1a**

**Fuente:** Elaboración propia. Género\*cual sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo elaborado con queso de bola.

La calidad global de modelo aceptable descrita en la figura 1a con relación al género describe a las mujeres y hombres con el mismo número de predicción de la mínima especificada de 0.5 cada uno, contando con un índice de predicción positiva con respecto a la aceptación del queso de bola dentro de los principales motivos de consumo.

**Figura 1b.- Género\*Cuál sería tú principal motivo para decidirte a comer algún platillo elaborado con queso de bola**



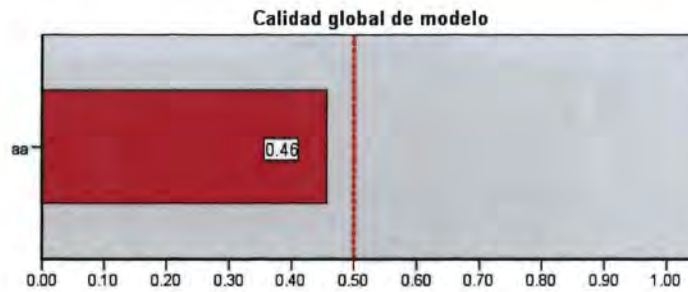
**Figura 1b**

**Fuente:** Elaboración propia. Género\*Cuál sería tú principal motivo para decidirte a comer algún platillo elaborado con queso de bola

Por consiguiente, la figura 1b, se observa el mismo comportamiento respecto a la tendencia de respuestas a la pregunta cuál es el motivo por el que consume queso de bola-género, 68 de los entrevistados fueron hombres de los cuales eligieron el antojo como el motivo más común para consumir, asimismo las mujeres fueron 92 que eligieron la misma respuesta lo cual nos hace llegar a la conclusión que el antojo es el principal motivo sin importar el género.

A la misma pregunta los hombres eligieron como el motivo menos recurrente fueron las reuniones de trabajo y porque lo ofrecen en menú, mientras que las mujeres eligieron porque lo sirven como botanas y por reuniones de trabajo como respuesta de menor preferencia.

**Figura 2a.- Género \* Con qué estado asocia el queso de bola**



Un modelo correcto tiene un valor superior a 0,5  
Un valor inferior a 0,5 indica que el modelo no es mejor que la predicción aleatoria

**Figura 2a**

**Fuente:** Elaboración propia. Género\*Con que estado asocia el queso de bola

En la figura 2a de calidad global de modelo tenemos 0.46 de probabilidad, es decir, está por debajo de la mínima inferior de 0.5. Este dato indica que el estado de origen no es significativo para predecir el origen del queso de bola, lo anterior deriva en respuestas inconsistentes y múltiples al preguntar tanto a hombres como a mujeres consumidoras de diversos estados en relación al estado de origen del queso de bola.

**Figura 2b.- Género\*Con que estado asocia el queso de bola**



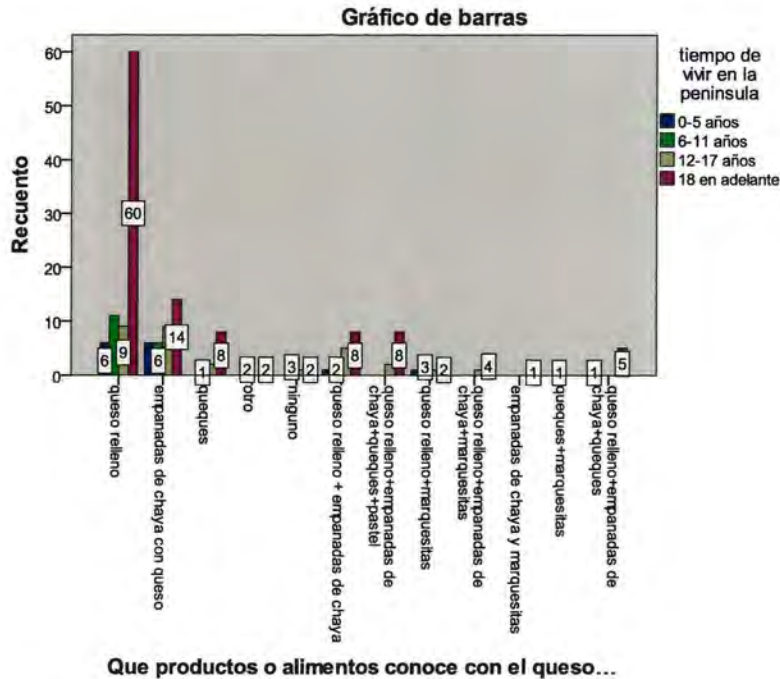
**Figura 2b**

**Fuente:** Elaboración propia. Género\*Con que estado asocia el queso de bola

La figura 2b, nos describe la relación entre el estado con el que asocia el queso de bola con el género, de los cuales 36 de ellos asocian a Holanda como el estado de mayor frecuencia, mientras que mujeres fueron 54 las que tuvieron la misma percepción, que Holanda es el estado de asociación del queso de bola.

La respuesta menos frecuente señala que 2 hombres eligieron Perú como el estado de elaboración, mientras que las mujeres tuvieron un empate de 1 que eligió Perú y 1 que eligió Yucatán + Holanda.

**Figura 3a.- Tiempo de vivir en la península \* Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola**



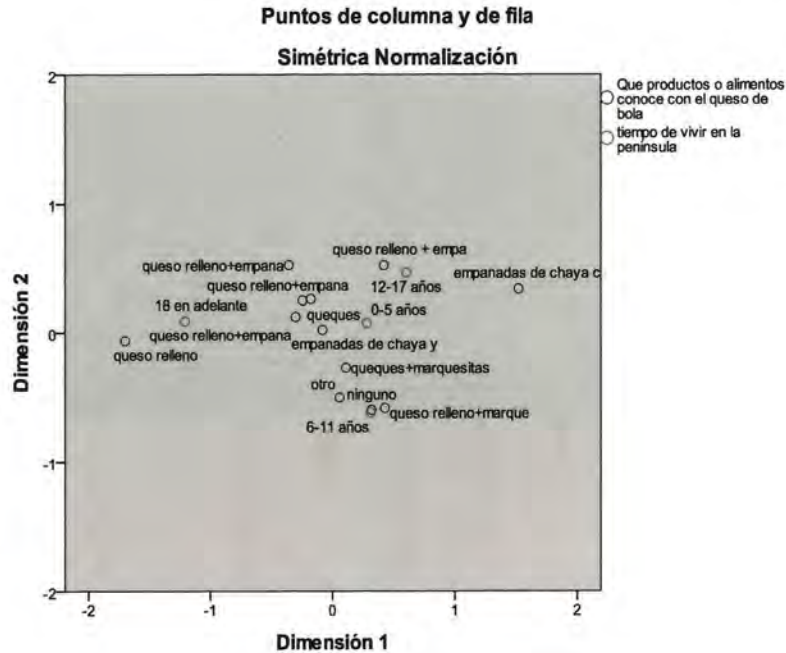
**Figura 3a**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola

En la figura 3a con relación a qué productos o alimentos conoce a base del insumo queso de bola-con tiempo de vivir en la península tenemos que el total de los entrevistados fue de 194 en donde 60 entrevistados asocian el “queso relleno” bola como respuesta número uno con relación a su estancia en la península por más de 18 años, de igual modo las personas que su estancia en la península es de 0 a 5 años asocian el “queso relleno” y las “empanadas de chaya con queso” como productos que asocian con el queso de bola.



**Figura 3b.- Tiempo de vivir en la península \* Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola**

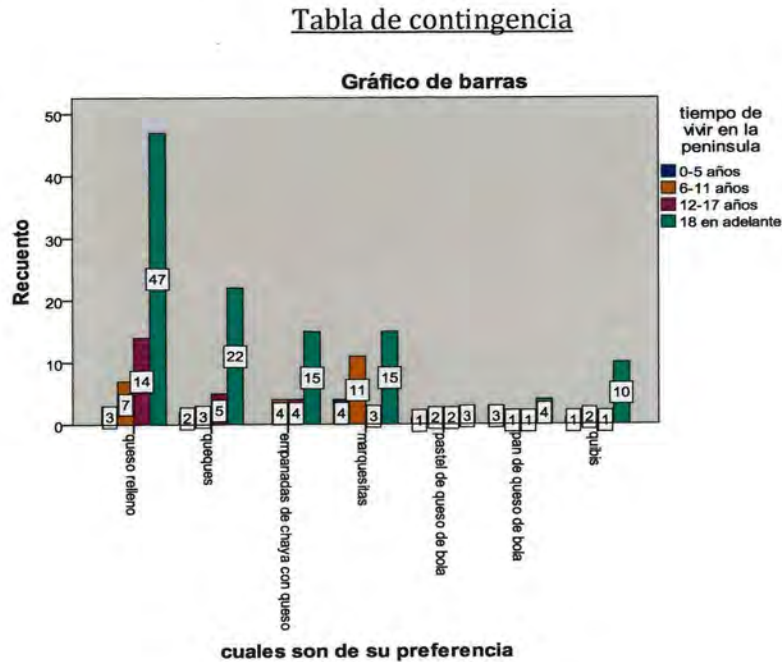


**Figura 3b**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola

Dentro de los puntos de simétrica de normalización descrita en la figura 3b, tenemos el mismo resultado con respecto a los productos que son conocidos con el insumo “queso de bola” en relación con los años de vivir en la península, en donde los puntos más fuertes se concentran en los que tienen arriba de 18 años viviendo en la península conoce más las “empanadas de queso” de bola y el queso relleno, por el caso contrario, los que llevan menos años viviendo en la península de 0 a 5 años conocen las empanadas y los “queques” hechos de queso de bola.

**Figura 4a.- Tiempo de vivir en la península \* cuáles son de su preferencia**



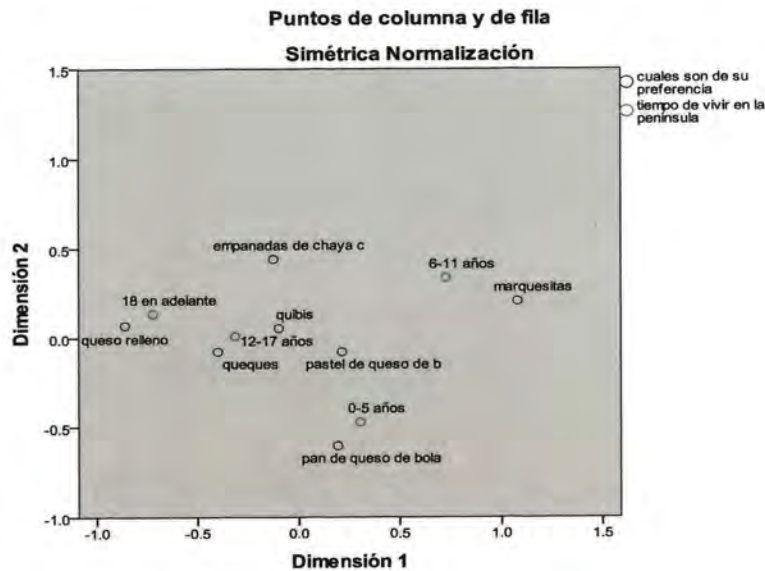
**Figura 4a**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península\* Cuales son de su preferencia

En la figura 4a, se relaciona la variable tiempo de vivir en la península contra cuales son de su preferencia, 47 personas, que son de la península de Yucatán, prefieren el “queso relleno” como platillo para consumir, mientras que las personas que tienen menos de 5 años en la península eligieron con 4 personas las “marquesitas” como preferencia de consumo.

Del mismo modo la respuesta menos común entre las personas originarias de la Península fue el “pastel de queso de bola” con 3 personas, mientras la respuesta menos recurrente para las personas de afuera de la península fueron las “empanadas de chaya con queso” con ninguna persona a favor.

**Figura 4b.- Tiempo de vivir en la península\* Cuales son de su preferencia**

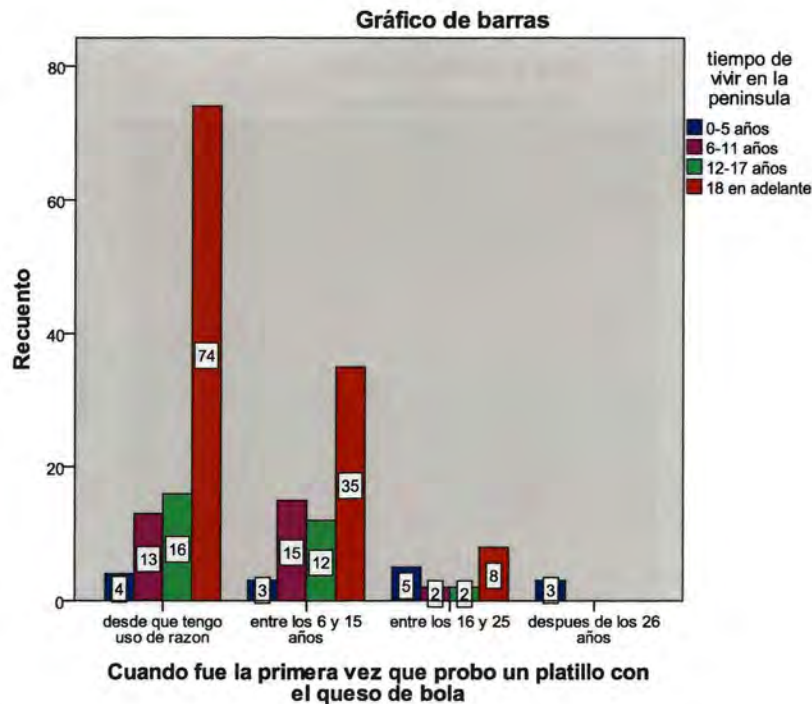


**Figura 4b**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península\* Cuales son de su preferencia

Visto de otra manera, en la figura 4b de simétrica de normalización se observa que los puntos relacionados con el tiempo de vivir en la península con cuales son de su preferencia, los de 0 a 5 años prefieren el pan de queso de bola, los de 6 a 11 años prefieren las marquesitas, donde se nota que los que son originarios de la península, o tienen viviendo más de 18 años gustan del queso relleno que otros platillos, respecto a su identidad cultural.

**Figura 5a.- Tiempo de vivir en la península \* Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola**

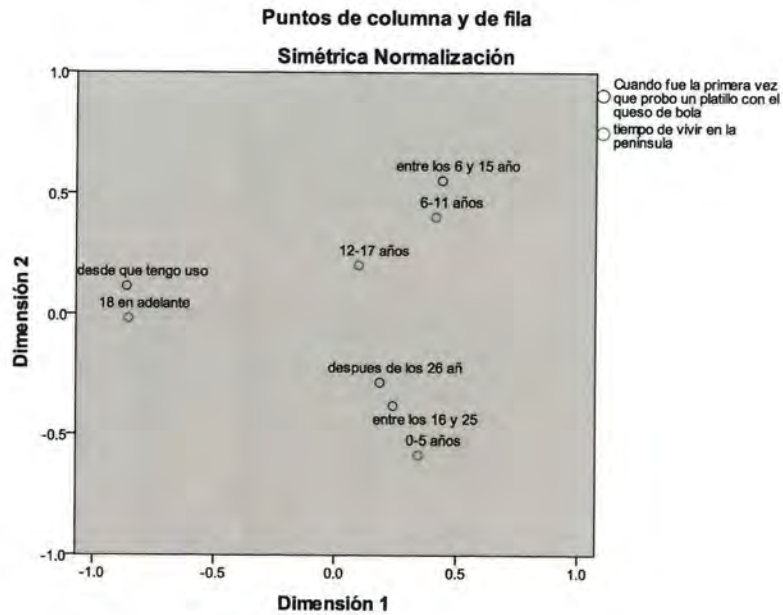


**Figura 5a**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola

En la figura 5a, se mide el tiempo en vivir en la península de Yucatán con cuándo fue la primera vez que probó un platillo elaborado con el queso de bola, donde 74 respondieron desde que tienen uso de razón y son provenientes de la Península de Yucatán por más de 18 años, mientras que 5 personas eligieron entre los 16 a 25 años empezó a consumir platillos elaborados con este insumo y su residencia en la península es de 0 a 5 años.

**Figura 5b.- Tiempo de vivir en la península \* Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola**

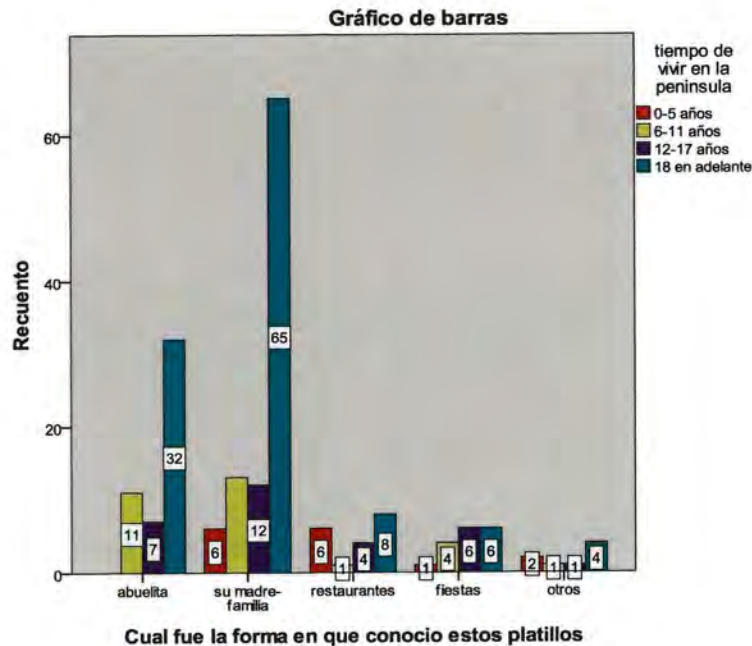


**Figura 5b**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cuándo fue la primera vez que probó un platillo con el queso de bola

En la figura 5b de simétrica de normalización muestra con las mismas palabras que las tablas de contingencia anteriores, donde la primera vez que consumió platillos elaborados con queso de bola en relación con el tiempo de vivir en la península y se observa que las personas de más de 18 años de vivir en la península consumen platillos elaborados con este insumo desde que tienen uso de razón, es decir que prevalece la identidad cultural y los de 6 a 11 años de vivir en la península lo consumen desde que tienen entre 6 a 15 años de edad.

**Figura 6.- Tiempo de vivir en la península \* Cuál fue la forma en que conoció estos platillos**



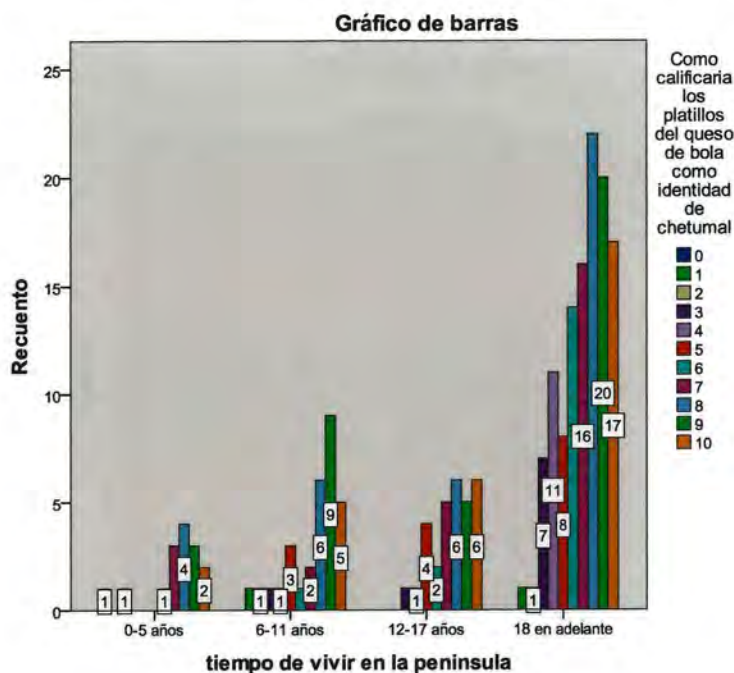
**Figura 6**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cuál fue la forma en que conoció estos platillos

La figura 6 relaciona la forma en que conoció platillos con queso de bola con tiempo de vivir en la península, en donde la respuesta número uno fue mamá-familia con 65 personas que viven en la península por más de 18 años, seguido de la abuelita con 32 personas, dejando a las fiestas y otros lugares como respuesta menos común.

Caso contrario, las personas que el tiempo de vivir en la península es de 0 a 5 años, tenemos que la respuesta más frecuente fue mamá-abuelita y restaurantes con un empate de 6 personas c/u, y la respuesta menos común fue las fiestas y abuelita con 1 y 0 personas respectivamente.

**Figura 7.- Tiempo de vivir en la península \* Cómo calificaría los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal.**

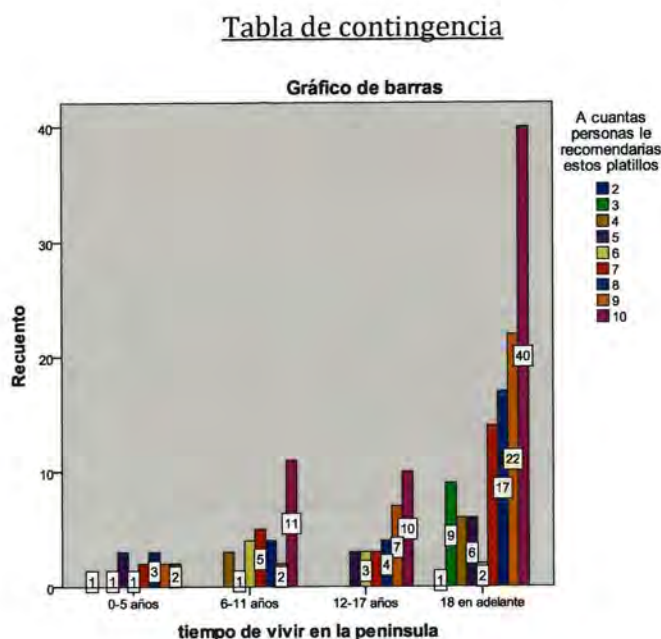


**Figura 7**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cómo calificaría los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal.

En la figura 7, con relación al tiempo de vivir en la península con cómo calificaría los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal, 4 personas de 0 a 5 años de vivir en la península le pusieron 8 como la respuesta mas frecuente, seguida de las personas de 6 a 11 años de vivir en la península 9 personas le pusieron calificación de 9 como la más frecuente, seguidamente de 12 a 17 años hubo un empate con 6 personas c/u con calificación de 10 y 8, respectivamente y finalmente 22 personas con 18 o más años de vivir dentro la península califican con 8 como la respuesta más común.

**Figura 8.- Tiempo de vivir en la península \* A cuántas personas le recomendarías estos platillos.**



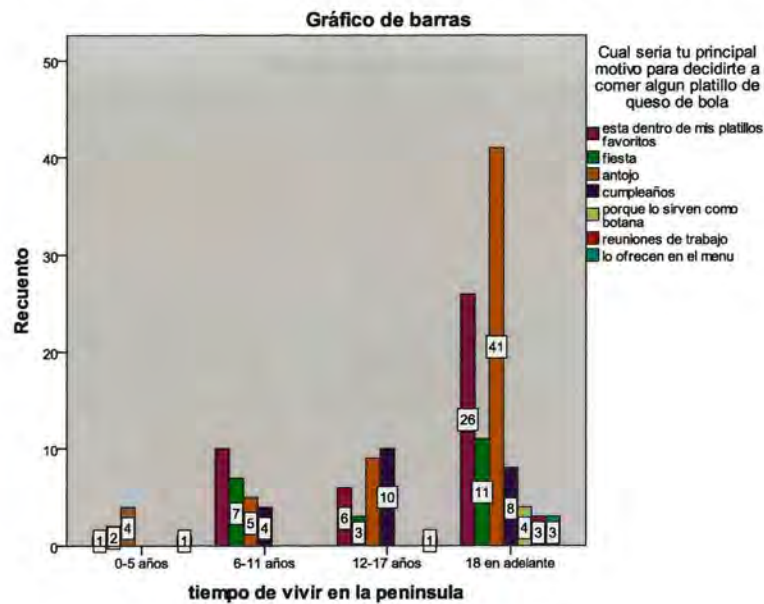
**Figura 8**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* A cuántas personas le recomendarías estos platillos

En la figura 8, se mide el tiempo de vivir en la península con cuántas personas le recomendarías estos platillos, con escala del 0 al 10, las personas que tienen entre 0 a 5 años de vivir en la península tuvieron un empate de 5 y 8 personas le recomendarían los platillos, y 3 personas contestaron esta opción como la más frecuente, seguidamente de las personas con 6 a 11 años de vivir en la península contestaron que a las 10 personas le recomendarían estos platillos con 11 personas a favor, las personas de 12 a 17 años de vivir en la península contestaron como opción más común que a 10 personas se lo recomendarían con 10 personas a favor y por último las personas con más de 18 años de vivir en la península con 40 personas a favor contestó que le recomendaría a las 10 personas estos platillos.



**Figura 9a.- Tiempo de vivir en la península \* Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola**

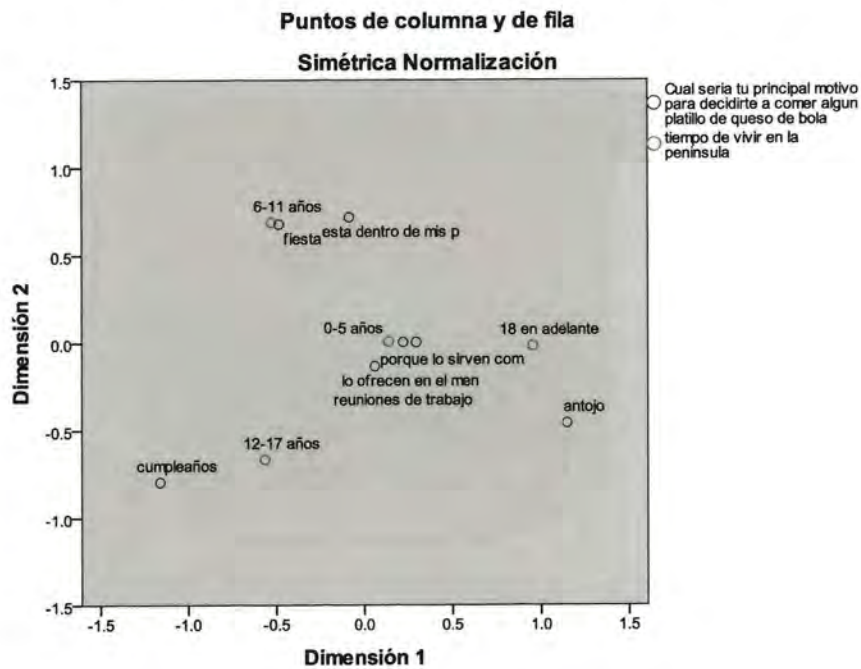


**Figura 9a**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola

En la figura 9a, se observa la relación de tiempo de vivir en la península con el principal motivo para decidir comer un platillo elaborado con el queso de bola, donde las personas con menos de 5 años de vivir en la península contestaron con 4 personas a favor que por simple antojo se inclinan a comer estos platillos, mientras que las personas de 6 a 11 años de vivir en la península con 10 personas a favor contestaron que está dentro de sus platillos favoritos, las personas de 12 a 17 años de vivir en la península contestó cumpleaños como principal motivo con 10 personas a favor, mientras que las personas con más de 18 años viviendo en la península con 41 personas a favor contestó que el antojo les induce a comer platillos elaborados con el queso de bola.

**Figura 9b.- Tiempo de vivir en la península \* Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola**

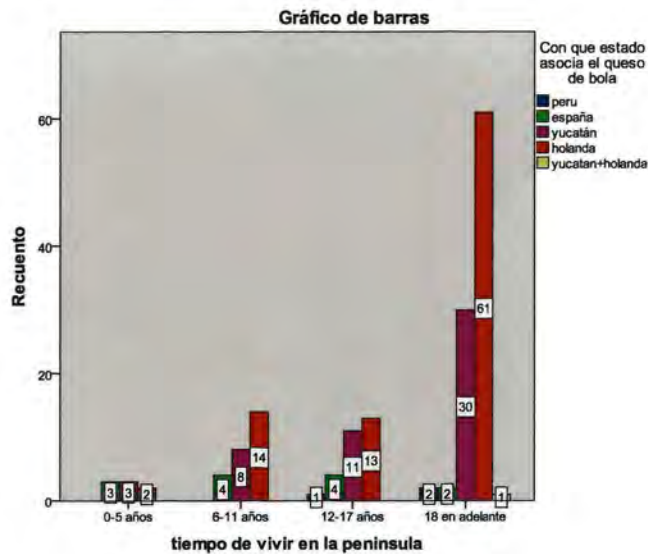


**Figura 9b**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península \* Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola

Por el contrario, la figura 9b de puntos de columna y de fila muestra los puntos fuertes de asociación, de los que se hace mención que los de 12 a 17 años de vivir en la península el principal motivo es por cumpleaños, mientras que los de 6 a 11 años viviendo en la península de Yucatán dicen que el principal motivo es por fiestas o porque lo encontraron entre sus platillos favoritos.

**Figura 10a.- Tiempo de vivir en la península \* Con qué estado asocia el queso de bola**

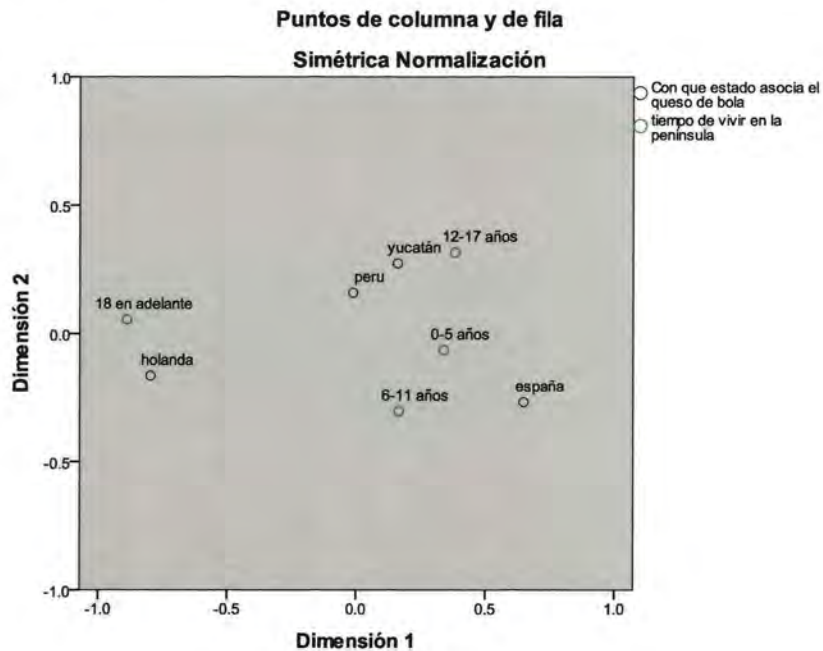


**Figura 10a**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península\*Con qué estado asocia el queso de bola

En la figura 10a se observa la relación tiempo de vivir en la península-con qué estado asocia el queso de bola, donde las personas con menos de 5 años de vivir en la península relacionaron el queso de bola con España y Yucatán con 3 personas a favor c/u, mientras que las personas de 6 a 11 años de vivir en la península relacionaron el queso de bola con Holanda con 14 personas a favor, de 12 a 17 años de vivir en la península contestaron que asocian el queso de bola con Holanda con 13 personas a favor y por último, las personas que son originarias de la península o tienen por lo menos 18 años de vivir dentro de ella asocian Holanda como la respuesta más frecuente con 61 personas a favor.

**Figura 10b.- Tiempo de vivir en la península\*Con que estado asocia el queso de bola**



**Figura 10b**

**Fuente:** Elaboración propia. Tiempo de vivir en la península\*Con que estado asocia el queso de bola

Por el contrario, la figura 10b de puntos de simétrica de normalización se observa que los entrevistados que tienen 18 años ó más viviendo en la península de Yucatán tienen un grado de asociación con el país de Holanda, que es el país de procedencia y origen de la elaboración en sí del queso de bola, por otro lado, los que tienen entre 0 y 6 años y de entre 6 a 11 años viviendo en la península lo asocian más con España, los de entre 12 y 17 años lo asocian con Yucatán como estado de origen del platillo.

Figura 11.- Qué tan frecuentemente lo consume\* donde nació

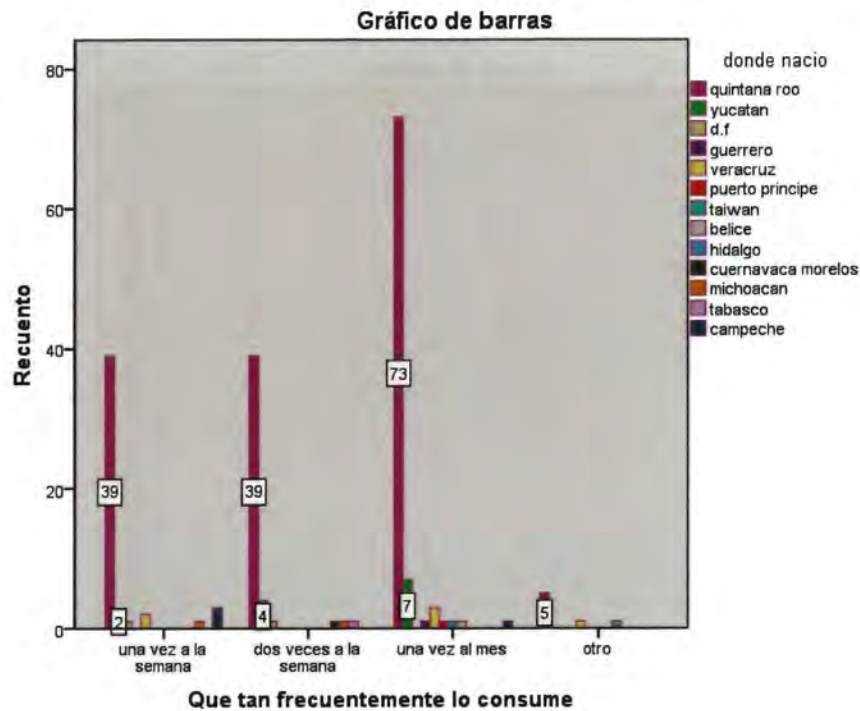


Figura 11

Fuente: Elaboración propia. Qué tan frecuentemente lo consume\* donde nació

Como se observa en la figura 11 respecto a las personas que frecuentemente consumen el queso de bola marca Edam son las que viven en el estado de Quintana Roo. Según la encuesta, 73 personas lo consumen una vez al mes, seguido de 78 casos de personas que lo consumen entre una y dos veces x semana.

En segundo lugar se encuentre el estado de Yucatán en donde la preferencia de consumo es de una vez al mes seguido de una y dos veces por semana mientras que los demás estados lo consumen con menor frecuencia.

Figura 12.- Dónde lo consume\* donde nació

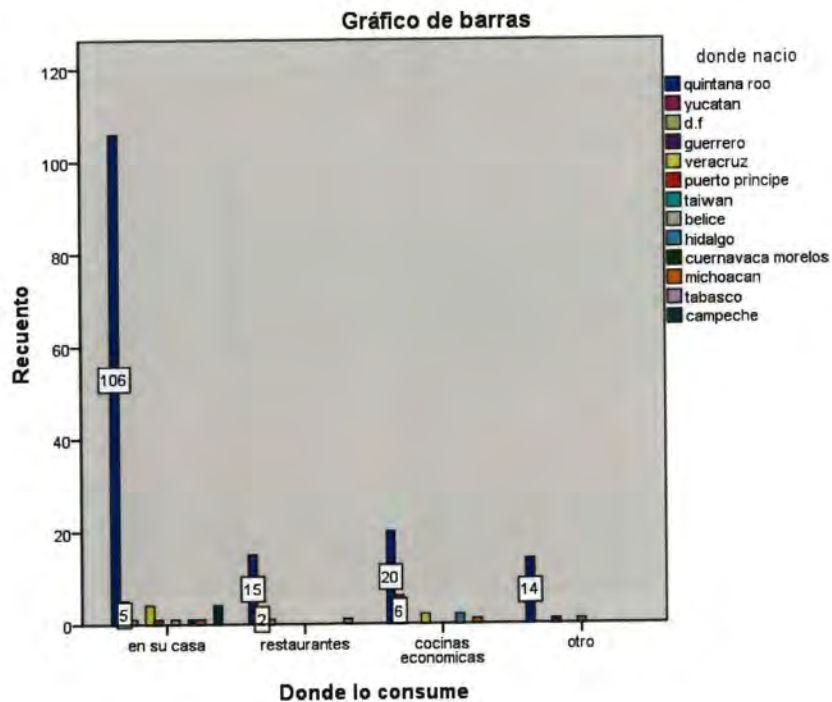
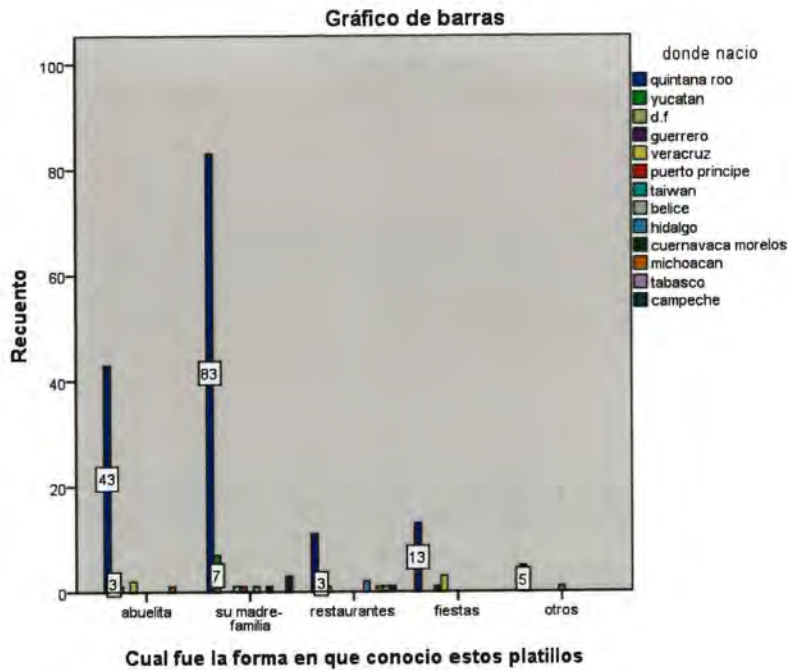


Figura 12

Fuente: Elaboración propia. Dónde lo consume\* donde nació

En la figura 12 se puede observar que al realizar una comparación del queso de bola con relación en donde lo consume y el lugar de nacimiento de las personas se ha podido ver que Quintana Roo ocupa el primer lugar en donde 106 personas lo consumen en sus casas, 20 de ellas lo acostumbran a comer en cocinas económicas y 15 personas en restaurantes, en segundo lugar tenemos que en el estado de Yucatán lo consume más en las cocinas económicas que en su casa.

**Figura 13.-** Cuál fue la forma en que conoció estos platillos\*donde nació.

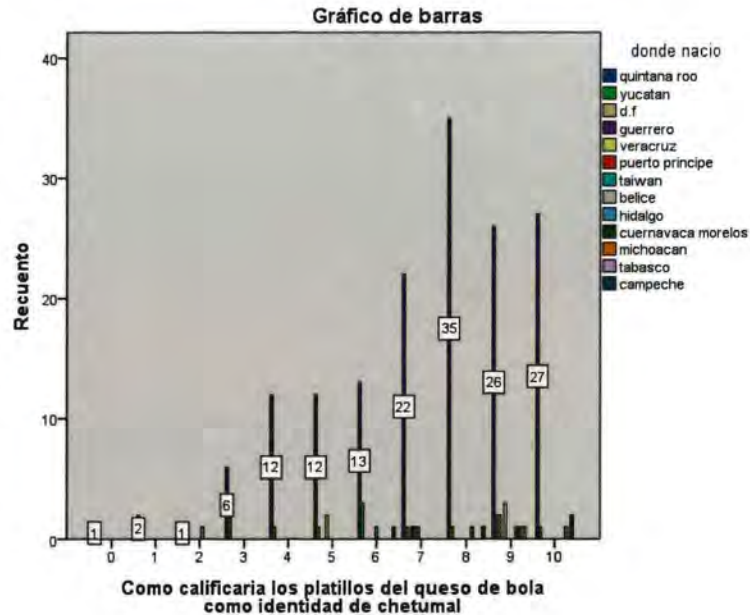


**Figura 13**

**Fuente:** Elaboración propia. Cuál fue la forma en que conoció estos platillos\* dónde nació.

En la figura 13 se analizó cual fue la forma en que conoció los platillos elaborados a base del queso de bola marca Edam con el lugar de nacimiento de las personas encuestadas se puede ver claramente que 83 personas que residen en el estado de Quintana Roo conocieron los platillos por medio de su madre, 43 personas lo probaron por medio de sus abuelitas y 13 personas en fiestas mientras que el estado de Yucatán 7 personas lo conocieron por medio de su madre y 3 por parte de su abuelita mientras que en Taiwán una persona lo conoció por otro medio.

**Figura 14.- Cómo calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal\* lugar de nacimiento.**



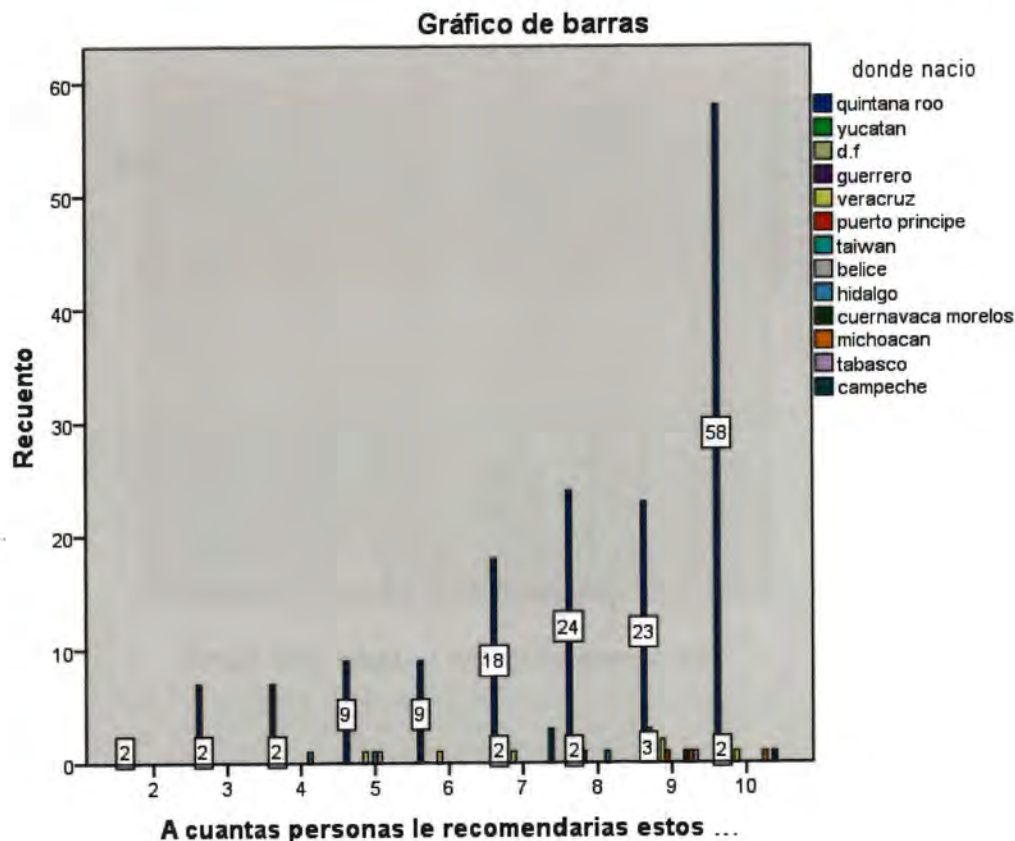
**Figura 14**

**Fuente:** Elaboración propia. Como calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal\* Lugar de nacimiento

En la figura 14 se puede observar como las personas califican los platillos del queso de bola marca Edam como identidad de Chetumal con relación a su lugar de origen en donde el número 1 es la calificación más baja y el 10 la más alta, se puede ver claramente que las personas que residen en el estado de Quintana Roo han puesto que encuentran los platillos del queso de bola en el lugar 8 como identidad de Chetumal mientras que en el estado de Yucatán muy pocas personas lo consideran como identidad de Chetumal.



**Figura 15.- A cuántas personas le recomendarías estos platillos\* lugar de nacimiento**



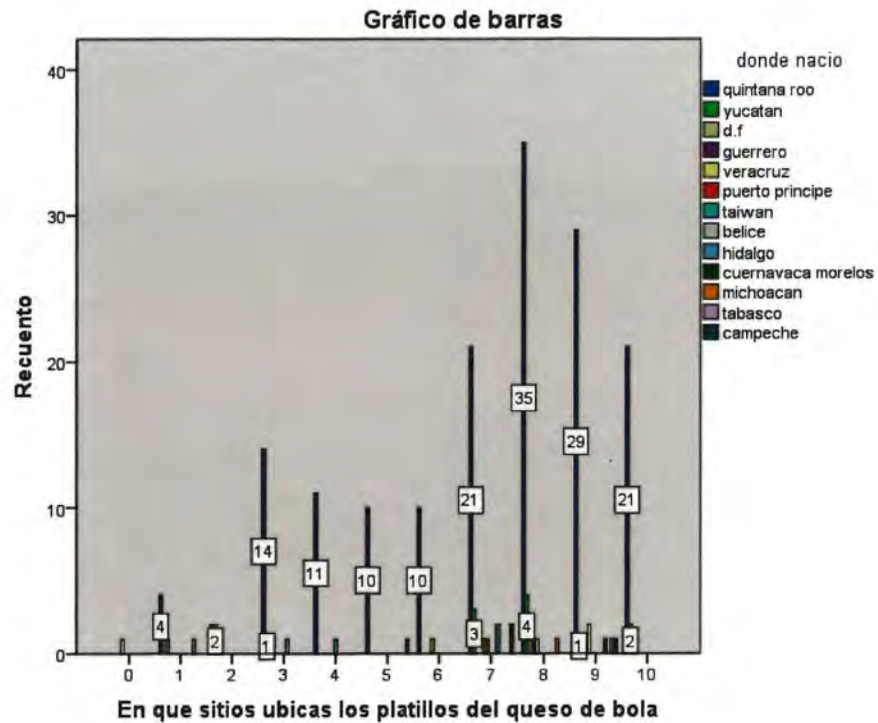
**Figura 15**

**Fuente:** Elaboración propia. A cuántas personas le recomendarías estos platillos\* Lugar de nacimiento

En la figura 15 se puede observar que 58 personas que son del estado de Quintana Roo recomendarían los platillos hechos a base del queso de bola a 10 personas más mientras que solo unas cuantas personas se la recomendarían a tan solo 2 personas.

Así como también se puede observar que las demás encuestas que pertenecen a otros estados lo recomendarían entre 2 a 8 personas.

**Figura 16.- En qué sitios ubicas los platillos del queso de bola \* lugar de nacimiento**

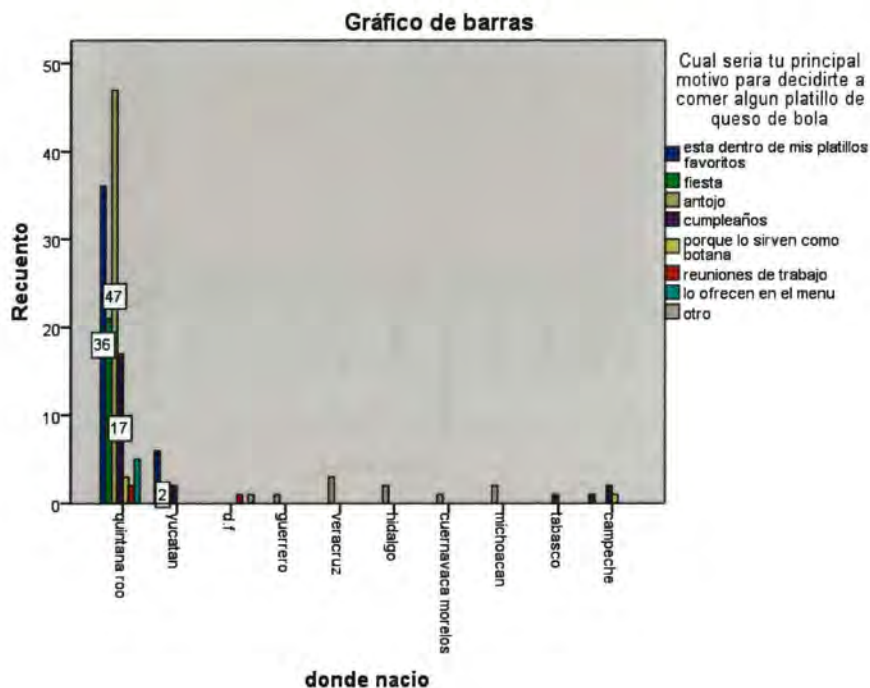


**Figura 16**

**Fuente:** Elaboración propia. En que sitios ubicas los platillos del queso de bola\* Lugar de nacimiento

En la figura 16 se puede observar que en el estado de Quintana Roo 21 personas ubican los platillos hechos a base del queso de bola en el séptimo y decimo lugar, 29 en el noveno lugar mientras que 35 personas lo ubican en el octavo lugar mientras que otras personas que son de otro estado lo ubican en lugares no tan altos como las demás personas encuestadas.

**Figura 17.-** Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo de queso de bola\* lugar de nacimiento



**Figura 17**

**Fuente:** Elaboración propia. Cuál sería su principal motivo para decidirse a comer un platillo con queso de bola\* Donde nació.

En la figura 17 se analizó el principal motivo para comer algún platillo elaborado a base del queso con el lugar de nacimiento y como bien se puede observar uno de los principales motivos por los que lo consumen es por antojo con un total de 47 personas y 36 porque están dentro de sus platillos favoritos, 17 para festejar su cumpleaños todas estas persona son del estado de Quintana Roo mientras que en el estado de Yucatán, Veracruz, Hidalgo, Cuernavaca Morelos y Michoacán lo consumen por antojo.

Figura 18.- Con qué estado asocia el queso de bola\* lugar de nacimiento

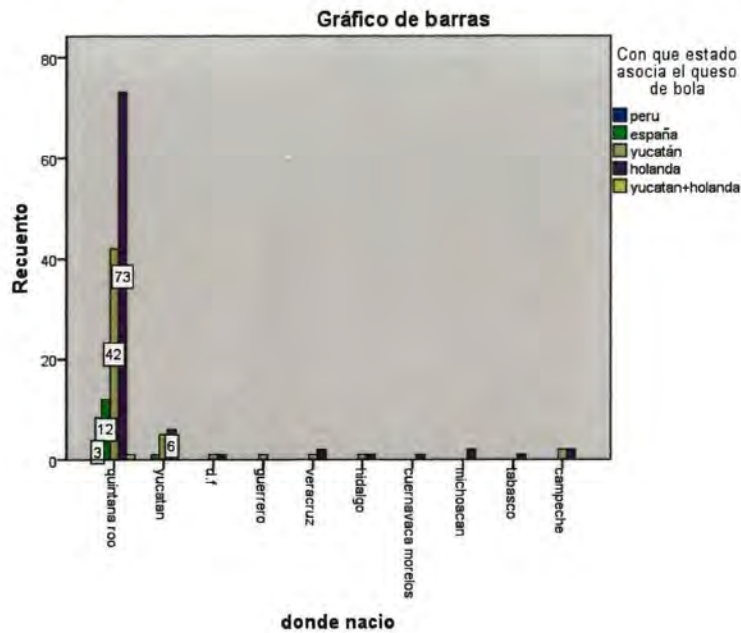
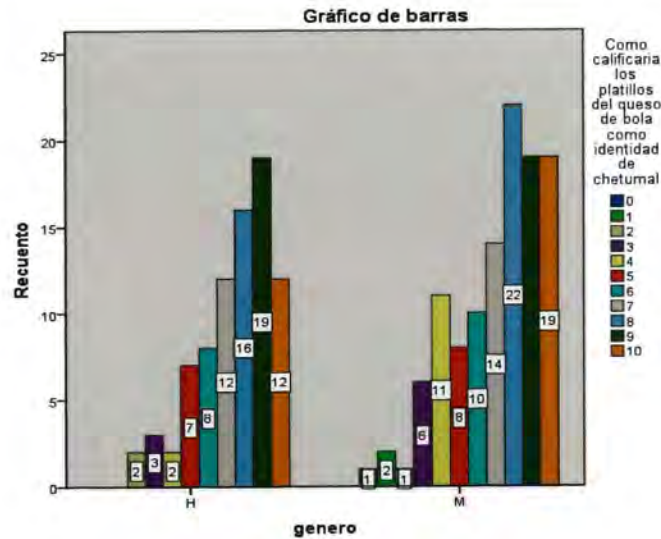


Figura 18

Fuente: Elaboración propia. Con que estado asocia el queso de bola\* Donde nació.

En la figura 18 se observa que de las personas encuestadas 73 personas asocian el queso de bola con Holanda mientras que 42 personas lo asocian con Yucatán esto con relación a las personas que residen en el estado de Quintana Roo, y el resto de las personas que son originarias de otros estados lo relacionan más con Holanda y con Yucatán.

**Figura 19.- Cómo calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal \* género**



**Figura 19**

**Fuente:** Elaboración propia. Cómo calificarías los platillos del queso de bola como identidad de Chetumal \* género

En la figura 19 se realizó una comparación con la variable de género para ver en qué lugar el queso de bola marca Edam se encuentra como identidad de la ciudad de Chetumal Quintana Roo, en donde se observa que 19 hombres encuentran el queso de bola como identidad de Chetumal en el lugar número 9 mientras que otras 4 personas del mismo sexo lo ponen en el lugar 2 y 4 dentro de la identidad. En cuanto a las mujeres se puede notar que 22 mujeres lo ponen como identidad en el número 8 y otras 19 lo ubican en el lugar número 10 y tan solo 2 personas lo ubican en el número 0 y 2.

Claramente se observa que existe una diferencia en cuanto a la identidad hacia los hombres y las mujeres puesto que 12 hombres lo ubican en el lugar 10, mientras que de las mujeres 19 son las que lo ubican en el lugar 10.



## **CAPÍTULO V.-**

### **“CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”**

El queso de bola es un producto arraigado en la cultura culinaria de la Península de Yucatán por más de 400 años desde la incidental llegada del queso procedente de Holanda a través de las embarcaciones españolas que navegaban por el Caribe para comercializar con el nuevo continente durante la conquista. Desde el naufragio de una de estas embarcaciones se conoció por primera vez el queso de bola. Esto originó que al igual que el resto de la gastronomía procedente de España y del medio oriente se mezclaran con las costumbres regionales de los mayas de Yucatán dando origen al famoso “queso relleno”. Este platillo mezcla tres culturas diferentes ya descritas anteriormente en este documento.

Por razones asociadas al transcurso del tiempo en que se habitaron las diversas regiones de la Península de Yucatán, el estado de Quintana Roo y particularmente el sur (frontera con Belice), con alrededor de tan solo 120 años de historia en comparación con los más de 400 años de la historia de Yucatán y Campeche, apenas cuenta con una identidad propia, culturalmente hablando, ya que esta representa más una mezcla de culturas anglo-africana y recientemente mexicana, esto determinado por la lucha de castas que duró más de 100 años.

En las entrevistas a profundidad realizadas a personas pioneras y conocedoras de la evolución que ha tenido el queso de bola dentro del estado encontramos comentarios como el del señor Johnny Baroudi, quien asegura ser el único que tiene el permiso para exportar e importar el queso de bola, quien nos cuenta que jamás se imaginó dedicarse a distribuir este producto, el cual según sus palabras fue un “golpe de suerte”, ya que inicio cuando una embarcación que contenía una gran cantidad del queso de bola se quedó sin la persona que originalmente iba a comprar esos productos, porque al momento de tener el embarque en puerto éste ya no quiso invertir porque pensaba que no tendría demanda, fue entonces, cuando le ofrecieron al señor Johnny Baroudi comprar todo el producto. Confiando en que tendría éxito aceptó, y años más tarde ya no solo se dedicaba a la importación del queso de bola, sino que también a otros productos enlatados que son enviados de Holanda y los exporta al país vecino de Belice.

El nombre verdadero del queso de bola es queso "EDAM", el cual toma el nombre de la ciudad de origen que lleva el mismo nombre en el país de Holanda, pero la gente del a península de Yucatán le ha modificado el nombre poniéndole "queso de bola" por la forma redonda que este tiene.

Este producto ha tenido mucho éxito, a pesar de que han pasado los años sigue teniendo mucha demanda en el mercado ya que se ha vuelto parte esencial en la vida cotidiana de las personas de la península, que desde pequeños acostumbran a consumir platillos elaborados con este insumo, al que mezclan con sabores tan diferentes como la miel, el café, el azúcar, entre otros.

Actualmente este producto ha llegado a convertirse en un platillo de lujo en los diferentes restaurantes de la región que dentro de su menú cuentan con platillos elaborados a base del insumo queso de bola, como por ejemplo la especialidad del restaurante "Trinos" que se encuentra en la ciudad de Chetumal y su especialidad es el taco "Trinos", que consiste en una especie de tortilla que le espolvorean el queso de bola para darle un sabor diferente y único.

Actualmente en la ciudad de Chetumal existen restaurantes en donde sirven platillos que contienen el queso de bola como principal insumo, algunos de ellos son: Pinocho, Pantoja, La Ostra, Restaurante "Trinos" y la mayoría de las fonditas. De igual manera podemos mencionar que este queso tiene una gran aceptación en las personas originarias de la península de Yucatán así como por parte de los turistas y que se ha posicionado como el insumo principal en la cocina tradicional de esta región, las personas prefieren consumirlo en productos más típicos como lo son: las marquesitas, el pastel de queso, los quibis, las empanaditas de chaya con queso y la mayoría de los antojitos como salbutes, panuchos, tostadas y sopes, el mayor motivo para consumirlo es por antojo pero también se toma como un platillo básico en las celebraciones y fiestas.

Es un insumo con gran potencial turístico, ya que las personas que vienen a esta región buscan consumir la comida elaborada en base a este, ya que en sus lugares de origen no existe tanta variedad de usos del queso de bola como el que existe en Yucatán y en Quintana Roo.



Los platillos más elaborados son los que se consumen en los pequeños poblados donde está más arraigada la tradición culinaria de este insumo, algunos de estos platillos son el queso relleno, que siendo un producto original de la cocina yucateca, no tiene el mismo nivel de preferencia en el consumo de los originarios de Quintana Roo, ya que es un platillo que se elabora o consume en ocasiones especiales y en los pueblos sobre todo es aún más cotidiano su uso. A lo que respecta, Chetumal tiene como identidad los famosos queques del queso Edam pero que también ha adoptado las marquesitas, las empanaditas de queso de bola con chaya, los quibis como uno de sus principales platillos de consumo, debido a su practicidad, fácil acceso y bajo costo que tiene.

Actualmente los restaurantes no ven necesario elaborar nuevos platillos, ya que se han dado cuenta que gran parte de la demanda de los platillos elaborados a base del queso de bola se debe a la tradición culinaria por lo que la gente que busca esos platillos lo hace pensando y buscando platillos típicos regionales, donde el consumidor no ha exigido a los restauranteros elaborar nuevos platillos, ya que les satisface la variedad de platillos que se ofrecen en el menú. Esta costumbre de elaborar nuevos productos de manera reciente, es propio del vendedor local en pequeña escala, es por ello que han surgido las marquesitas, empanadas, pasteles, panes, saborines, helados entre otros productos.

Una de las preguntas que se hizo al comenzar con la investigación fue que si los platillos elaborados con el queso de bola formaba parte de la identidad gastronómica de Quintana Roo lo que nos lleva a contestar que efectivamente el queso de bola si forma parte de la identidad gastronómica como producto, más no como un platillo típico, puesto que la mayoría de las personas lo consumen ya sea para acompañar algún platillo o en la elaboración de algún postre.

Al igual que se cumplen con los objetivos específicos planteados en el inicio de la investigación. Dentro de la encuesta realizada se evaluó los gustos y preferencias de los consumidores en donde la mayoría de las personas tiene un gran gusto por este producto y lo hacen presente en la mayoría de las ocasiones como por

ejemplo para las fiestas, reuniones de trabajo entre otras que tienen gran aceptación por su sabor que es diferente a otros tipos de quesos.

Los resultados obtenidos en las gráficas y las entrevistas a profundidad nos llevan a cumplir la hipótesis de esta investigación ya que el queso "Edam", mejor conocido como el queso de bola, efectivamente juega un papel muy importante en el comercio de las mercancías, así como en el consumo de este producto con las familias. Cabe mencionar que en las encuestas aplicadas se pudo notar que el queso de bola en el platillo del queso relleno no tiene una identidad relacionada con la ciudad de Chetumal puesto que la mayoría de la gente encuestada le da la identidad de este platillo al estado de Yucatán y muy pocas como identidad de Chetumal por lo que no podemos decir que este platillo lo ven como identidad de este, pero que si lo acostumbran comer. Así como también se pudo ver en cuanto a las preferencias de consumir los alimentos con este insumo que no tiene nada que ver si son hombres o mujeres e incluso con el lugar de origen de las personas. Es importante mencionar que el gusto por este insumo está muy arraigado a nuestros antepasado ya que el queso de bola es de hace varios años e incluso el país vecino tiene como preferencia el platillo del queso relleno como número 1, las empanadas de chaya con queso de bola y el pastel están más arraigados a Chetumal a diferencia, Yucatán tiene más preferencia por las marquesitas y el queso relleno como se había mencionado anteriormente.

Siendo esto que a pesar de no ser un producto que la gente de Chetumal lo asocie como identidad gastronómica, las personas que no son originarias del estado lo ven como un producto turístico ya que cuando llegan a nuestro estado buscan sabores nuevos dentro de la comida mexicana debido a que en los lugares de donde provienen no encuentran con facilidad estos platillos y si por casualidad lo encuentran no tiene el mismo sabor, al llegar a nuestro estado lo primero que hacen es buscar un restaurant o fonda donde vendan platillos elaborados a base del queso.

Algo que Chetumal tiene como producto originario localmente son los savorines, pasteles y panecitos que han creado por la demanda que se tiene cada vez en mayor proporción. Existe de hecho un boom por utilizar el queso de bola como ingrediente principal de una gran variedad de platillos regionales así como en el

ramo pastelero y de la confitería como nunca se había registrado anteriormente. Esto trae como consecuencia una reestructuración misma en el mercado de este queso.

Es decir que en la ciudad de Chetumal Quintana Roo se puede rescatar el queso Edam mejor conocido como el queso de bola como un producto turístico que tendría un mercado muy amplio debido a que las personas que lo consumen van desde los niños hasta las personas de la tercera edad ya que sus preferencias y gustos lo tienen desde que son pequeños ya que tiene un sabor inigualable.

Lo anteriormente citado, nos lleva a concluir que efectivamente como lo plantean (Franco (2001) y Bourdieu y Sloan (2005), el gusto y las preferencias alimentarias son formados culturalmente y controlados socialmente. Respecto al queso de bola se coincide con los autores mencionados, ya que antiguamente dentro las familias, los padres o abuelos acostumbraban desde muy pequeños a los hijos y demás miembros de la familia a probar platillos elaborados con el insumo queso de bola, que tiene mucha influencia a lo largo de la evolución de nuestra vida. Lo anterior, permite afirmar que el gusto es formado en la sociedad a la que se pertenece y no en forma individualizada, es decir, depende del comportamiento del consumidor, la clase social de la que provenga y los diferentes gustos y preferencias de elegir entre un platillo u otro. Por tanto existe una identidad gastronómica asociada al platillo de queso relleno pero desarrollada en el estado de Yucatán y no el de Quintana Roo por las razones antes mencionadas.

Para Nunes dos Santos, (2007) la manera como se come, lo que se come, dónde se come y cómo se siente quien come con relación a la comida, son todos elementos relacionados con la identidad cultural. Las restricciones y prohibiciones alimenticias de los diferentes pueblos son detalles característicos de cada cultura. Se consideran "exquisitos" los hábitos alimenticios de otras personas, quienes a su vez ven de la misma forma los propios. Las tradiciones de origen religioso también influyen en el hábito de alimentarse, por ejemplo los hindúes consideran a la vaca como un animal sagrado. Coincidimos con el autor antes mencionado porque cada persona tiene diferente modo de elegir entre un platillo u otro, y este depende precisamente del momento y el lugar en donde te encuentres, cada persona tiene diferente criterio para decidir entre elegir un

platillo sencillo, un simple postre, hasta algo más elaborado y complejo, como lo es el queso relleno. El queso Edam tiene una identidad cultural que las personas le han ido dando con el paso del tiempo, en la manera en como lo consume y preparan, y las personas han mezclado diferentes cocinas, entre ellas la cocina española ya que con base a la mezcla de diferentes sabores han ido mezclando sus platillos con condimentos y salsas y es por ello que cada familia acostumbra darle un toque único y exquisito a su paladar, ya que han ido inventado nuevos platillos y más novedosos con este insumo que incluso, el país que los exporta no sabe de la gran importancia y el beneficio que tiene su producto en nuestro país.

Para Woortmann (2004), en la medida en que diferentes grupos, étnicos o regionales, discriminan entre lo que es comido por "nosotros" y lo que es comido por los "otros", los hábitos alimenticios alimentan identidades y etnocentrismos. Tampoco hay que dejar de mencionar que la gastronomía forma parte de un Patrimonio Cultural inmaterial, definido por Rubín de la Borbolla (2010) como "los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes, que las comunidades, grupos y, en algunos casos, los individuos, reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Éste se transmite de una generación a otra, es recreado constantemente por las comunidades y grupos, en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia; les infunde un sentimiento de identidad, continuidad, y contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana".

En relación a Woortmann (*op cit*) nos hace mención, es totalmente cierto que dentro las familias los hábitos de consumo se forman desde muy temprana edad como ocurre con el gusto por los platillos elaborados a base de queso de bola en que las generaciones van transmitiendo los mismos modos de consumo a sus familias, y se haga un ciclo continuo entre lo que es bueno y lo que se debe consumir y optar por una identidad cultural que se va adquiriendo desde que nuestros padres nos empiezan a educar y a formar como individuos hasta que nosotros podamos tomar decisiones por nuestra propia cuenta.

Según Gordon (2002) cada sociedad en particular posee su propia cultura, singular y coherente, culturas que no pueden ser juzgadas colocando una en oposición a otra. Es decir, se coincide con el criterio del autor, ya que cada familia tiene diferente hábito de consumo y de cocinar, esto depende mucho de que cultura provenga y las restricciones que tenga cada sociedad, y por lo tanto no se puede juzgar a ninguna persona por no tener los mismos hábitos alimenticios.

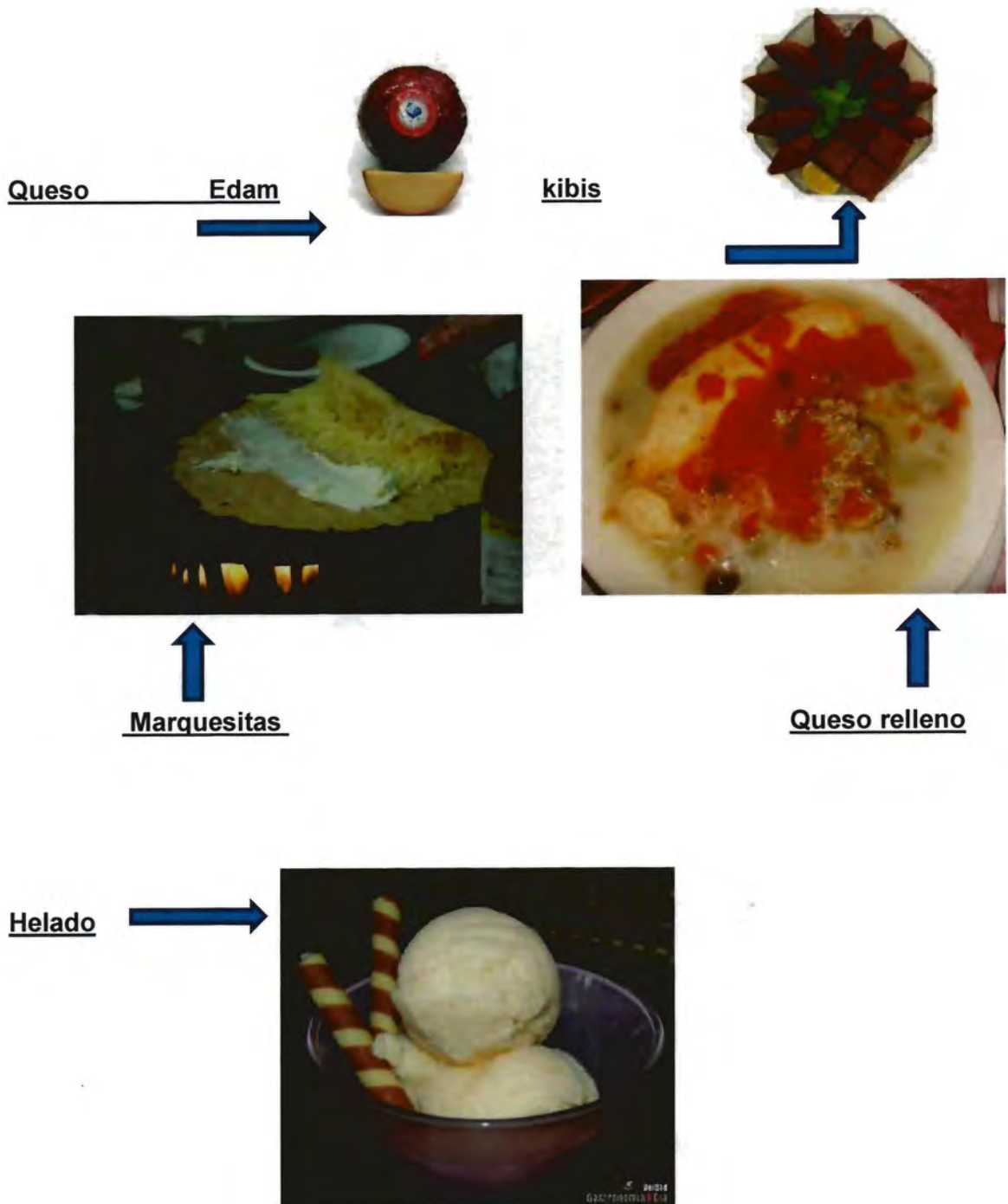
Los hábitos alimenticios constituyen un espacio en donde la tradición y la innovación tienen la misma importancia, en donde el presente y el pasado se entrelazan para satisfacer la necesidad del momento, producir alegría al instante y convenir las circunstancias (Certeau 1996:212). En donde se está en completo acuerdo con el autor, ya que se pueden inventar nuevas cosas con los platillos ya existentes y darle otro sabor y sazón a las personas que gustan de probar cosas nuevas y exóticas cuando llegan a nuestro estado, y para esto como se había mencionado en los objetivos específicos, se propone hacer un menú para que los restaurantes ofrezcan con base a las sugerencias y preferencias del mercado existente, en donde se piensa en la innovación de los platillos típicos tradicionales elaborados con el queso de bola y darle la opción de que el cliente elija desde una gama de productos presentados que van desde los postres hasta los platillos más sofisticados y que el consumidor ponga en juego sus emociones plasmado en lo que el menú ofrezca, y así; generar ingresos en la oferta y la demanda que este insumo tiene.

Cada país o estado tiene diferentes culturas así como lo es el país de Holanda en relación a la venta de los productos del queso Edam puesto que hacen una feria en donde llevan todos sus productos y de alguna forma compiten entre ellos mismos para saber cuánto venderán de sus productos tienen la cultura de hacerlo para que les vaya bien en sus ventas.

**Carta con platillos y postres elaborados con el queso Edam para los  
restaurantes:**

<b>QUESO EDAM ( QUESO DE BOLA)</b>	
<b>MENÚ</b>	
<b>PLATILLOS</b>	<b>POSTRES</b>
<b>QUESO RELLENO</b>	Pastel de queso de bola.
<b>EMPANADAS DE CHAYA</b>	Marquesitas
<b>QUIBIS</b>	Saborines , Helados de queso de bola.
<b>CHILES RELLENOS</b>	Queques
<b>SOPES, PANUCHOS, SALBUTES</b>	Pan de queso de bola

**Imágenes de los platillos que están hechos a base del queso Edam que se proponen incluir en la carta**





Empanadas de chaya



pastel de queso de bola



Saborines



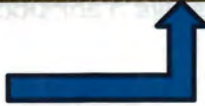
Sopes







**Salbutes**



**Queques**





## **Anexos**

### **Encuesta**

#### **Identidad gastronómica**

1.- ¿Qué productos o alimentos conoce elaborados con el queso de bola?

a) Queso relleno b) Empanadas de chaya con queso c) Queques d) Otro

e) ninguno ¿Cuál?: \_\_\_\_\_

2.- ¿Cuáles son de su preferencia califique del 1 al 10?

Queso relleno \_\_\_\_\_

Queques \_\_\_\_\_

Empanadas de chaya con queso \_\_\_\_\_

Marquesitas: \_\_\_\_\_

Pastel de queso de bola: \_\_\_\_\_

Pan de queso de bola: \_\_\_\_\_

Quibis: \_\_\_\_\_ otro: \_\_\_\_\_ Cuál..? \_\_\_\_\_

3.-¿Qué tan frecuentemente lo consume?

a) 1 vez a la semana b) 2 veces por semana c) 1 vez al mes d) otra) cuál? \_\_\_\_\_

4.- ¿Dónde los consume?

a) En su casa b) restaurantes c) cocinas económicas d) otro ¿Cuál?

\_\_\_\_\_

5.- Cual fue la primera vez que probó un platillo elaborado con el queso de bola?

a) Desde que tengo uso de razón b) entre los 6 y los 15 años c) entre los 15 y los 25 años d) después de los 25 años

6.-¿Cuál fue la forma en que conoció estos platillos?

a) Abuelita b) su madre/ familia c) restaurantes d) fiestas e) otros \_\_\_\_\_

7.- ¿Qué tan accesible es consumirlo respecto al precio del queso de bola que consume y del platillo en sí?

a) Muy accesible b) Accesible c) Poco accesible d) Nada accesible

8.-En escala del 0 al 10 cómo calificaría a los platillos del queso de bola, como identidad de la comida chetumaleña?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

9.- ¿A cuántas personas le recomendarías estos platillos?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10.- ¿En qué sitio ubicas los platillos elaborados con el queso de bola entre otros platillos relacionados con la identidad gastronómica de Chetumal?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11.- ¿Con qué acostumbras acompañar los platillos elaborados con el queso de bola y en dónde?

a) cerveza b) horchata c) limonada d) naranjada e) otro. Cuál? \_\_\_\_\_

12.- ¿Cuál sería tu principal motivo para decidirte a comer algún platillo elaborado con queso de bola?

- a) Esta dentro de mis platillos favoritos.
- b) Fiesta (reuniones familiares)
- c) Antojo
- d) Tu cumpleaños.
- e) Porque lo sirven donde voy (Eladíos, Tuchos, etc) como botana.
- f) Reuniones de trabajo, conferencias.
- g) Simplemente encontré que hoy lo ofrecían en el menú.
- h) Soy un frecuente y especialista en gastronomía.
- i) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

13.- ¿El queso de bola con que estado de origen lo asocias?

- a) Perú            b) España            c) Yucatán            d) Holanda

1.- Origen: \_\_\_\_\_ 2.- Ocupación: \_\_\_\_\_ 3.- Turista: Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

4.- Género: H    M    5.- Rango de ingreso Mensual: a) 0-3000    b) 3001- 6000  
c) 6001-9000    d) 9001-12000    e) >12,000

6.- Numero de vehículos: \_\_\_\_\_ 7.- Nivel de estudios: \_\_\_\_\_

8.- Estado civil: \_\_\_\_\_ 9.- Número de integrantes en la familia:  
\_\_\_\_\_

10.- Tiempo de vivir en la península: a) 0-5 años    b) 6- 11 años    c) 12-17 años  
d) 18 en adelante

### **Entrevistas a profundidad realizada al Señor José Trinidad Alcocer y Carlos Angulo**

- 1) ¿Cuánto tiempo lleva viviendo usted en la ciudad de Chetumal?
- 2) ¿Desde cuándo tienen conocimiento de los platillos del queso de bola?
- 3) ¿Cómo ha sido la evolución histórica del queso de bola respecto a los consumidores y a la oferta de estos platillos en los restaurantes de Chetumal?
- 4) Además del tradicional queso relleno elaborado con el queso de bola.  
¿Qué otras formas de preparar platillos, pasteles u otra, conoce en el que se emplee el queso de bola como ingrediente principal?
- 5) En su menú usted cuenta con alguno platillo hecho con el queso de bola.  
¿Qué demanda tiene en la preferencia de los comensales?
- 6) ¿Cree sería una buena opción incluir un nuevo platillo hecho a base del queso de bola en el menú restaurantero?
- 7) ¿Cómo considera el queso relleno en la gastronomía de Chetumal?
- 8) Conoce restaurantes que en su menú ya ofrezcan platillos o postres con el queso de bola ¿Cuáles?
- 9) ¿Cree que el queso bola tenga demanda en los menús restauranteros?  
¿Por qué?
- 10) ¿Considera que pueda existir una barrera para que los restaurantes puedan ofrecerlo?
- 11) ¿Usted cree que el precio afecta en el consumo de las personas?
- 12) Entre los platillos típicos que la gente acostumbra comer aquí en Chetumal como la cochinita, queso relleno, chilimole, entro otros, el queso de bola qué lugar ocupa como elemento de identidad gastronómica de la región?

### **Entrevista a profundidad realizada al Sr. Johnny Baroudi**

- 1.- Antecedentes del queso de bola.
- 2.- ¿Cuándo empezaron a traer el queso de bola a Chetumal?
- 3.- ¿Cómo se entera del queso de bola y que tiene demanda y que es viable en Chetumal?
- 4.- ¿Usted exporta el queso de bola? Cada cuánto?
- 5.- ¿Cómo conoció la existencia del queso de bola?
- 6.- ¿Conoce que a base del queso de bola se pueden elaborar platillos?
- 7.- ¿Quién se lo dio conocer?
8. — Mencione algunos platillos que usted conozca que se elaboraron a partir de este insumo.
- 9.- ¿Qué otros usos se le daban antiguamente al queso de bola?
- 10.-¿Conoce de otros usos en base del queso de bola que no sea para hacer alimentos? ¿Cuáles?
- 11.- ¿Por qué decidió Chetumal para comercializar el queso de bola?
- 12.- ¿Las tiendas baroudi, donde actualmente se exhibe el queso de bola es a nivel peninsular o nacional?
- 13.- ¿Conoce de algún platillo nuevo en la actualidad elaborado a base del queso de bola? ¿Considera que pudiera tener demanda? ¿Por qué?

## **Colaboradores para fines de la tesis**

### **Sr. Johnny Baroudi**



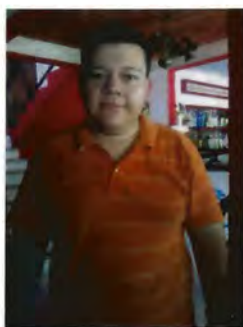
Exportador e importador del queso de bola en la ciudad de Chetumal Quintana Roo.

### **José Trinidad Alcocer**



Empresario de distinguido restaurante "Trinos" y ex presidente de la CANIRAC

### **Carlos Angulo Carrillo**



Presidente actual de la CANIRAC y empresario restaurante "La Ostra"

## **Bibliografía**

(s.f.). Obtenido de <http://www.forexeco.com/empresas/marketing/49-demanda-potencial.html>

ACHIOTE, F. P. (OCTUBRE de 2011).

Aldrete de Ramos, M. T. (2004). *Para educar mejor*. Madrid( España): Hacer Familia.

Barrera, J. M. (2000-2011). El queso de bola. *empenitud* , 1.

Campos, L. B. (2011). Mexico desconocido. *La comida de quintana roo* , 1.

Careaga, L. (1994). *Quintana Roo. entre la selva y el mar*. México DF: Secretaria de educacion basica y normal.

Chefuri, 2. (2009).

Chetumal Quitana Roo, M. G. (noviembre de 2011). Obtenido de [http://www.google.com.mx/imgres?q=chetumal+mapa&hl=es&gbv=2&biw=941&bih=441&tbm=isch&tbnid=U0yl6Bcal-3uUM:&imgrefurl=http://www.taringa.net/posts/imagenes/2100528/Les-presento-mi-ciudad\\_-Chetumal\\_-Quintana-Roo\\_-Mexico.html&docid=44DEGEe6k37yXM&imgurl=http](http://www.google.com.mx/imgres?q=chetumal+mapa&hl=es&gbv=2&biw=941&bih=441&tbm=isch&tbnid=U0yl6Bcal-3uUM:&imgrefurl=http://www.taringa.net/posts/imagenes/2100528/Les-presento-mi-ciudad_-Chetumal_-Quintana-Roo_-Mexico.html&docid=44DEGEe6k37yXM&imgurl=http)

CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (Junio de 2008). Obtenido de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>.

CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (Junio de 2008). Obtenido de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>

CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (s.f.). <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>.



CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (Junio de 2008).  
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>.

CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (Junio de 2008).  
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>.

CONNOLLY, D., BUSTOS R., L. S., & MORENO L., R. (Junio de 2008).  
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84903840>.

*Crece Negocios*. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

Espinosa, R. (s.f.). Recuperado el 06 de noviembre de 2011, de <http://www.visitmexico.com/>

Esteban Talaya, A., & Reinares Lara, E. *Análisis del comportamiento de la demanda hotelera y su posible interferencia por el sistema de clasificación de la oferta*.

Esteban, T. A., & Eva, R. L. (s.f.).

<http://www.ucm.es/BUCM/cee/doc/0024/03010024.htm>. Obtenido de Análisis del comportamiento de la demanda hotelera y su posible interferencia por el sistema de clasificación de la oferta .

Esteban, T., Jesus, G. d., Jose, N. G., Cristina, O. P., Marina, R. L., & Manuela., S. V. (2008). *Principios de Marketing*. España: ESIC.

estrellas, C. c. (2011). comida costarricense. *cocinando con las estrellas* , 1.

*Forexeco, Empresas-Marketing*. (2011). Obtenido de <http://www.forexeco.com/empresas/marketing/49-demanda-potencial.html>

*Forexeco, Empresas, Marketing*. (s.f.). Obtenido de <http://www.forexeco.com/empresas/marketing/49-demanda-potencial.html>

Forstson. (1984). 10.

<http://achiotecolombia.blogspot.com/>. (10 de noviembre de 2010). Recuperado el 25 de septiembre de 2011, de <http://achiotecolombia.blogspot.com/>

INEGI. (2010). Recuperado el NOVIEMBRE de 2011

*INEGI 2010 Principales resultados por localidad (ITER)*. (s.f.). Recuperado el 2011 de OCTUBRE de 29, de

[http://www3.inegi.org.mx/sistemas/iter/consultar\\_info.aspx](http://www3.inegi.org.mx/sistemas/iter/consultar_info.aspx)

INEGI. (2010). *INEGI*. Obtenido de ANUARIO ESTADISTICO DE QUINTANA ROO:

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/qroo/territorio/relieve.aspx?tema=me&e=23>

MARTOCCIA, H. (20 de abril de 2006). Chetumal, zona libre enriquecida con diversas culturas culinarias. *La Jornada*, pág. 1.

Meléndez Torres, J. M., & Cañez De la Fuente, G. M. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. *REDALYC*, 182 A 204.

Michel, F. M., & Ana, M. O. (08 de 11 de 2011). *Historia de la cocina y la gastronomía*. Recuperado el 15 de septiembre de 2011, de <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/mexico/capitulo2.html>

moraño, x., Lorenzo, B., & Jordi, B. (12 de mayo de 2011). <http://marketingyconsumo.com/tag/habitos-de-turismo>.

Nunes dos Santos, C. (2007). SOMOS LO QUE COMEMOS. identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. *REDALYC*, 234 a 242.

Perú, P. (2010). <http://es.scribd.com/doc/72223584/17/III-HABITOS-DE-VIAJE>.

promocion de turismo, i. y. (2011). gastronomía colombiana. *proexport*, 1.

Publica, A. M. (2011). *NIVEL SOCIOECONOMICO EN MEXICO*. Obtenido de [http://www.economia.com.mx/niveles\\_de\\_ingreso.htm](http://www.economia.com.mx/niveles_de_ingreso.htm)

Q.ROO, U. D. (2011). La cultura belizeña inmersa en la sociedad de Chetumal, Q. Roo a principios del Siglo. XXI. *REDALYC*, 1-5.

SAGARPA, B. A. (noviembre de 2009). *Boletín ASETRCA Regional Peninsular: "Alternativas con Futuro para la península de Yucatán: la vainilla y elachiote"*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2011

Stephen, R. (2009). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectivos*. Nueva York: Colección Bolsillo.

uqroo. (2011). La cultura beliceña inmersa en la sociedad de Chetumal, Q. Roo a principios del Siglo. XXI. *REDALYC* , 1-5.