

# **TURISMO Y SOCIEDAD:**

## **LA PUESTA EN VALOR DE LA GASTRONOMÍA EN USHUAIA (PROYECTO DE INVESTIGACIÓN)**



**Téc. Lezcano Paulo**

# Gastronomía, el puente hacia el OTRO

*Gastronomía con sabor propio a*  
**“nosotros”** para todos aquellos **“otros”**  
paladares que visitan a esta ciudad  
turística



# Cultura - Gastronomía Local

La Comida, como uno de los elementos que hacen a la cultura.

No solo la comida es un elemento de identificación, sino también su modo de preparación y cocción. Elegir lo que comemos, no está librado al azar, sino que es la sociedad quien impone o condiciona la elección de ciertos alimentos.



# Cómo debe ser el alimento?

- La alimentación como uno de los elementos de la cultura, debe ser adecuada tanto biológica como simbólicamente. Es decir que, más allá que el consumo de un producto alimentario sea viable biológicamente, de nada sirve si desde la cultura la representación simbólica no es aceptada por la sociedad. Será entonces que a la elección de la comida tiene en cuenta dos aspectos:



- \* El fisiológico, que recae en el acto de comer y;
- \* El simbólico, que recae en al acto de elección.

# Por qué el tema?

- Es un error, común en nuestro destino, limitar los atractivos a los exclusivamente naturales, sin considerar los urbanos y culturales, entre otros, también es un error no incluir a nuestra gastronomía entre lo más importantes atractivos culturales.





# Problema

***presupuesto de una falta de identificación de los residentes de Ushuaia en relación a la gastronomía local en la promoción turística***



# Hipótesis

- $H_1$  La gastronomía local que promociona la STMU y/o el In.Fue.Tur. como recurso o atractivo de la oferta turística en el destino de Ushuaia resulta de la activa participación de la sociedad receptora.
- $H_2$  La promoción turística que lleva adelante la STMU y/o INFUETUR ayuda a reforzar la gastronomía local como un bien potencialmente patrimonializable, de uso turístico
- $H_3$  La gastronomía de la oferta turística es una manifestación identitaria de los residentes de Ushuaia.



# Objetivos

- Conocer si hay uno o varios platos gastronómicos que identifican o representan el gusto de los residentes. Esto permitiría lograr un producto turístico de mayor representatividad local.
- Analizar si los residentes en Ushuaia se identifican con la promoción gastronómica local que lleva adelante la Secretaria de Turismo de la Municipalidad Ushuaia y/o el In.Fue.Tur.





# Metodología

- La población de nuestra investigación incluye a todos aquellos individuos mayores de catorce (14) años que residen en la ciudad de Ushuaia, determinándonos un universo de 41.758 (N). Para determinar el tamaño de nuestra muestra, se utilizó la fórmula establecida por Dixon y Massey (1999).
- Por lo cual si nuestro universo es  $N= 41.758$ , obtenemos como resultado el coeficiente muestral (1.63 es factor para un 99% de confianza) de  $n= 332.3$ , es decir, 333 residentes.



En la muestra se tendrá presente los diversos grupos etarios mayores de catorce años, relacionados o no con la actividad turística, para así tener una visión y objetividad general sobre nuestra temática.

Gracias por su atención. 😊

