



A Nombre y tipo del proyecto

1. Nombre del proyecto: “Colombia de Sal y Dulce”. Manjares de salsamentaria popular colombiana para paladares nacionales y extranjeros.
 2. Tipo de proyecto: Investigativo, cultural, productivo y comercial.
 - 2.1. Investigativo: trabajo de observación y exploración temática a desarrollar en tres etapas por profesionales (antropólogos) y estudiantes de diferentes universidades del país
 - 2.2. Cultural: producción de materiales didácticos e informativos, impresos y audiovisuales para distribución regional y nacional.
 - 2.3. Productivo: Organización de datos socioeconómicos y culturales que permitirán implementar políticas de proyección social.
 - 2.4. Comercial: Establecimiento a mediano y largo plazo de redes y canales de distribución y venta.
-

B. Objetivos

3. Objetivo General o finalidad
 - 3.1. Rescatar la salsamentaria colombiana en sus versiones de sal y dulce, demostrando la existencia de múltiples procesos de preparación y conservación en la cocina popular colombiana, los cuales permiten transformar alimentos de origen mineral, vegetal o animal en productos con características de perdurabilidad y de gran calidad gastronómica. Lo anterior significa recuperar y dignificar la salsamentaria colombiana con el fin de preservar tradiciones de la cultura culinaria regional y, a la vez, crear y consolidar oportunidades de negocios que generen empleo e ingresos a los grupos y comunidades de productores.
4. Objetivos Específicos
 - 4.1. Dar a conocer la variedad y calidad gastronómica de la salsamentaria regional colombiana (ajíes, vinagres, encurtidos, chichas, mazamorras, horchatas, guarapos, amasijos, tamales, bollos, pasteles, empanadas, quesos, sueros, embutidos, cecinas, jamones, pescados, mariscos, almíbares, dulces, turrónes, jaleas, confites,



frutas secas, hojas, semillas, especias) susceptibles de incorporarse a los servicios de la gastronomía y el mercado nacional de alimentos

4.2. Involucrar los centros de investigación (universidades públicas y privadas) con programas de ingeniería de alimentos; biodiversidad; mercadeo; nutrición y dietética; cocina y gastronomía; diseño industrial; para que contribuyan con sus propuestas a la optimización del resultado final.

4.3. Acopiar la información pertinente para recomendar la organización y puesta en funcionamiento de una agencia nacional estatal, que otorgue bajo requisitos previos la categoría de “Certificación de Origen” santo y seña de calidad y proveniencia de los productos regionales.

4.4. Organizar la producción de salsamentaria regional colombiana bajo tres parámetros fundamentales: calidad, higiene y presentación. (registros sanitarios y presentaciones atractivas)

4.5. Promover a nivel regional y nacional el aprecio y valoración de estos productos (campañas de divulgación) posesionando las marcas certificadas y a la vez generando nuevos mercados e incremento de ingresos.

C. Localización Geográfica

5. Regiones:

Se trata de ocho (8) regiones con reconocidas diferencias culturales y culinarias, las cuales rebasan conceptos político – administrativos, permitiendo englobar en algunas de ellas dos o más departamentos.

- 5.1. Región Caribe
- 5.2. Región Pacífica
- 5.3. Región Valle/ Cauca/ Nariño
- 5.4. Antioquia / Gran Caldas
- 5.5. Santanderes
- 5.6. Tolima / Huila
- 5.7. Boyacá / Cundinamarca
- 5.8. Llanos / Amazonia



D. Beneficiarios

6. Directos:

6.1. Micro o pequeños productores de salsamentaria (sal y dulce) con reconocida tradición o innovación culinaria.

6.2. Amas de casa con iniciativas para crear unidades de negocio

6.3. Asociaciones de hombres y mujeres con proyectos de trabajo comunitario alrededor de patios traseros, huertas caseras y pancoger

6.4. Abuelas depositarias de recetas de cocina tradicional (*)

(*) Amas de casa de estrato popular, de centros urbanos, pequeños municipios y del área rural, que producen para el mercado local o pueden concretar su idea de producir desde sus hogares con el ánimo de mejorar los ingresos familiares y sus condiciones de vida.

7. Indirectos:

7.1. La unidad familiar, los ayudantes, proveedores de materia prima, vendedores de dulces y alimentos, comercializadoras y entidades promotoras de festivales de dulces y afines.

7.2.

E. Etapas del proyecto y duración.

8. Etapas

8.1. Primera etapa: Acopio de información general / 4.5 meses

- Recopilación de información histórica, geográfica, urbanística, sociocultural y culinaria de cada una de las regiones determinadas.
- Revisión de directorios comerciales, revistas locales, periódicos de actual circulación y otros medios de comunicación.
- Relación detallada de plazas de mercado, comercios de alimentación y afines.
- Ubicación de entidades oficiales y privadas con relación directa e indirecta al tema de investigación (Sena, Fenalco, Acopi, Acodres, Casa de cultura, Universidad, Instituto tecnológico , cooperativas. Oficinas de promoción turística, Asociaciones de artesanos)
- Selección y coordinación de “entrevista informal” con informantes de reconocida trayectoria en el oficio culinario, comercio de alimentos o sector de servicios (restaurantes, hoteles, clubes)
- Revisión y consulta bibliográfica.



8.2. Segunda etapa: Trabajo de Campo / 9 meses

- Implementación de numerales de la etapa anterior y definición de contactos institucionales para el plan de proyección social (quinta etapa).
- Desarrollo de entrevista informal bajo el parámetro fundamental de “confianza recíproca” . Proceso previo de recomendación y presentación, englobando bajo la modalidad de dialogo abierto y franco el conjunto de ideas temáticas que cubren la totalidad de la investigación.
- Ejecución y aplicación de ficha técnica cuyos datos básicos son: Origen de la preparación; tradición de consumo; composición de ingredientes; sistema culinario de preparación; proceso de conservación; tipo de productor; tipo de comercio donde se debita; lugar geográfico; nombres populares que recibe la preparación; clasificación según materias primas (vegetal, animal, mineral); clasificación culinaria (pastel, embutido, encurtido, jalea, etc) rango de sabor; presentación y empaque; existencia de licencia de minsalud; costo directo de producción por unidad o peso; precio venta público; comentarios y observaciones generales de orden gastronómico.

8.3. Tercera etapa: Análisis y Síntesis - Informe final / 5 meses

- Revisión y clasificación de información obtenida.
- Elaboración de memoria escrita.
- Organización de materiales para programación de talleres y cartillas

8.4. Cuarta etapa: Proyección Social - Primera fase / 5 meses

- Ejecución de publicaciones menores (cartillas)
- Implementación de talleres regionales
- Organización de Feria Nacional del Dulce(*)

(*) Existe minucioso proyecto (borrador para discusión) presentado por Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, bajo la coordinación del Doctor Aser Vega.

8.5. Quinta etapa: Proyección Social - Segunda fase: (duración a definirse concertadamente con Artesanías de Colombia y Despecho de Primera Dama)

- Memoria Visual (documental fílmico)
- Publicaciones mayores (libro gran formato)



- Organización Institucional (Consolidación administrativa y operativa de *certificación de origen*)
- Organización de una salsamentaria colombiana (muestuario nacional de productos de sal y dulce) susceptible de hacer presencia permanente en lugares estratégicos de orden nacional (aeropuertos, centros de convenciones, hoteles, ferias nacionales y eventos internacionales)

F. Proyección Social del Proyecto

9. Proyección

- 9.1. Fortalecimiento de la identidad cultural gastronómica regional
- 9.2. Reconocimiento del subsector como renglón económico productivo
- 9.3. Mejoramiento técnico de la producción
- 9.4. Concientización y capacitación de productores
- 9.5. Divulgación didáctica para la conservación de frutas nativas y otras especies vegetales o animales, fuentes de materia prima de la salsamentaria.
- 9.6. Promoción de oferta de microcrédito
- 9.7. Articulación institucional alrededor del sector

G. Recursos Humanos e Instituciones

10. Personal de Investigación

- 10.1. Director de Investigación (1)
 - 10.2. Investigador asistente (1)
 - 10.3. Auxiliares de investigación (2)
- 10.4. Asistente de ayudas visuales (1)
- 10.5. Asistente administrativo (1)
 - 10.6. Auxiliar de secretaría (1).

11. Instituciones

Grupo de instituciones con las cuales el proyecto investigativo en sus dos primeras etapas articulará relaciones de información recíproca.

- Artesanías de Colombia



- Instituto de Investigaciones Regionales (INER – UdeA)
- Universidad de Antioquia (Escuela de Nutrición y Dietética/ Fac de Ciencias Sociales)
- Universidad del Magdalena
- Universidad de Córdoba
- Universidad Tecnológica del Choco
- Universidad del Valle
- Universidad de Caldas
- Universidad La Salle (Ingeniería de Alimentos)
- Colegiatura Colombiana (Escuela de Cocina y Gastronomía)
- Instituto de Investigaciones Biológicas y Recursos Naturales A. V. Humboldt
- Instituto Caldense de Cultura
- Instituto Nacional de Pesca y Agricultura
- Asociación Colombiana de Ciencia y tecnología de Alimentos
- Centro de Investigaciones Alimenticias (CIALT)
- Corpouraba
- Corporinoquia
- Fundación Natura
- Fundación Ecovivero
- Grupo Semillas
- Sena
- Acodres
- Fenalco
- Acopi

H. Entidades y personas responsables

13. Entidad que presenta el proyecto: Presidencia de la República (Despacho de Primera Dama) / Artesanías de Colombia. S.A.

14. Fecha de presentación: Julio de 2004

15. Entidades ejecutoras: Artesanías de Colombia S.A. / Instituto de Investigaciones Regionales INER (Universidad de Antioquia)

16. Coordinadores del Proyecto:

- Aser Vega. (Subgerencia de Desarrollo Artesanías de Colombia)
Tel: 3363959 Fax: 3375964 E.mail: aservega@artesantiasdecolombia.com.co
- Julián Estrada O (Investigador asociado INER)
Tel: 5419170 (Med) Fax: 2681189 (Med) E.mail: jueso@epm.net.co



I. Observaciones

17.1. Este proyecto se divide en dos áreas con resultados diferentes. La primera conformada por el trabajo de investigación (etapas 1^a - 2^a - 3^a); la segunda conformada por (etapas 4^a - 5^a).

17.2. A partir de la cuarta etapa (primera fase de proyección social) se inician una serie de ejecuciones y propuestas que se materializarán en la organización y montaje de la Primera Feria “Colombia Dulce”. Este evento ha sido proyectado y presupuestado por Artesanías de Colombia (Subgerencia de Desarrollo) y su documentación deberá anexarse y tenerse en cuenta en el proceso de consecución de recursos.

17.3. La quinta etapa exige una planeación diferente y exclusiva, dada la importancia y valor de sus ejecuciones, las cuales dependerán de los resultados obtenidos en las etapas anteriores.