

# Estudio etnográfico

## del consumo de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México

### **Francisco Joaquín Villafaña-Rivera**

Maestro en Ciencias en Ingeniería de Sistemas, docente investigador en el Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México, de la Licenciatura en Gastronomía.

[frank-31-90@hotmail.com](mailto:frank-31-90@hotmail.com)

### **Josefa Espitia López**

Doctora en Biotecnología, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Agropecuarias.

[josefa\\_espitia11153@uaeh.edu.mx](mailto:josefa_espitia11153@uaeh.edu.mx)

### **Jessica Ivon Villafaña Rivera**

Maestra en Ciencias en Ingeniería de Sistemas.

[jessi\\_16ivon02@hotmail.com](mailto:jessi_16ivon02@hotmail.com)

## Estudio etnográfico del consumo de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México

### Ethnographic study of the consumption of typical Mexican sweets in the Iztapalapa Mayor's Office, Mexico City

#### Resumen

La cultura alimentaria enfrenta grandes cambios como los hábitos alimenticios y los tipos de alimentos al alcance de los consumidores; también en los usos y costumbres de pobladores en diferentes ciudades como la Ciudad de México (CDMX), que tiene una gran transculturización. Se ha detectado que el área gastronómica tiene ausencia de información verídica y estadística referente a dulces típicos mexicanos. Por ello, el objetivo de la investigación fue realizar un estudio etnográfico para generar información confiable referente al consumo de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México. Con la ayuda de técnicas etnográficas se tuvo interacción con grupos sociales para rescatar sus valores, ideologías y expectativas; esto, mediante un enfoque mixto y un estudio exploratorio-descriptivo; se diseñó una encuesta semiestructurada para la recolección de datos, aplicada a doscientos habitantes, utilizando un muestreo selectivo. Los resultados muestran los rasgos predominantes de los consumidores de dulces típicos en la Alcaldía Iztapalapa como género, edad, escolaridad y ocupación; así como una relación en consumo y conocimiento de los dulces típicos más consumidos por los encuestados; frecuencia de consumo, periodicidad y lugares de compra, entre los más relevantes.

#### Palabras clave

preferencias de consumo, dulces típicos, dulces industrializados.

#### Abstract

Food culture faces great changes, such as eating habits and types of food available to consumers, as well as uses and customs of residents in different cities such as Mexico City (CDMX), which has great cross-culturalization. Thanks to culinary diversity, emphasis has been placed on Mexican gastronomy and with the help of ethnographic techniques, there is interaction with social groups and the researcher to rescue their values, ideologies and expectations. It has been detected that the gastronomic area lacks truthful and statistical information regarding typical Mexican sweets. Therefore, the objective of the research was to carry out an ethnographic study to generate statistical and reliable information regarding the consumption of typical Mexican sweets in the Alcandía Iztapalapa, Mexico City. An exploratory-descriptive study was carried out using a mixed approach. semi-structured survey to collect data, apply to two hundred inhabitants, use selective sampling, the results of which indicate the predominant traits of consumers of typical sweets in this place, such as gender, age, education and occupation; as well as a relationship in consumption and knowledge of the typical sweets most consumed by the respondents; frequency of consumption, periodicity and places of purchase, among the most relevant.

#### Key words

consumption preferences, typical sweets, industrialized sweets.

## Introducción

En 2019, la industria restaurantera tuvo 15.3% del Producto Interno Bruto (PIB) turístico en México, y 1.3% del PIB nacional; lo que permite observar la relevante presencia del sector restaurantera en la actividad turística y su contribución al crecimiento económico de México (SECTUR, 2020). La Organización Mundial del Turismo (OMT) y el *Basque Culinary Center* (BCC) señalan que, en los últimos años, el mercado gastronómico mundial ha tenido un aumento en demanda de experiencias únicas y auténticas por parte de los turistas, donde la gastronomía puede jugar un papel importante (Organización Mundial del Turismo, 2020). La cocina mexicana es producto de tradición y de un enorme patrimonio, la cual se ha destacado en los últimos años, gracias al trabajo en equipo entre cocineras tradicionales, mayores, investigadores, académicos, etc. Logrando que la Secretaría de Turismo pueda planear y organizar la promoción gastronómica para generar acciones efectivas que incidan en el crecimiento económico y turístico del país (SECTUR, 2015).

La cultura alimentaria enfrenta continuos cambios, marcando los hábitos actuales de alimentación, así como los usos y costumbres de los pobladores en diferentes ciudades como la Ciudad de México (CDMX); de esta manera se entiende a la gastronomía como un proceso biocultural (Vargas, 2010). Actualmente y gracias a la diversidad culinaria se ha hecho más énfasis en la gastronomía mexicana, obteniendo un reconocimiento por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el 16 de noviembre de 2010, como Patrimonio Cultural Inmaterial. Resaltando que la cocina tradicional mexicana constituye un modelo cultural que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos; técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales; convirtiendo al arte culinario mexicano en una manifestación cultural característica por su singular diversidad, expresada en el consumo de platillos diferentes en cada una de sus diversas regiones (UNESCO, 2020).

La particularidad de la gastronomía se expresa en cada una de dichas regiones y grupos que habitan el territorio mexicano, así como en la elaboración de los dulces tradicionales de los cuales existe una gran variedad; los primeros acercamientos al término dulce ocurrieron cuando el hombre chupaba el jugo dulce del maíz silvestre. De hecho, desde la época prehispánica en México se acostumbraba consumir frutas o mieles, adaptándose dicho

consumo al paso del tiempo, hasta llegar a lo que ahora conocemos como dulcería mexicana; aunque el azúcar no ha sido el único endulzante empleado para la elaboración de dulces. Actualmente se compete con edulcorantes modernos o industrializados, iniciándose un proceso más complejo desde el punto de vista alimenticio, que involucra la aplicación de la tecnología y la economía en la preparación de los dulces mexicanos, teniendo como características un gusto por lo barroco, lo colorido, lo artesanal y lo festivo, distinguiéndose así de un dulce industrial -mismo que se vuelve anónimo, impersonal, elaborado para un público masivo- (Zolla, 1988).

La percepción de la palabra dulce se emplea como sinónimo de postre; éstos pueden ser; pasteles, *pays*, tartas, frutos cocidos con azúcar o piloncillo; preparaciones de pasta, caramelos macizos, entre otros. En México, como ya se ha señalado, los dulces tienen sus orígenes en la época prehispánica, pero con el paso del tiempo, ingredientes y preparaciones se han visto modificadas; un ejemplo de ello es la época de la Conquista, cuando se introdujo la caña de azúcar sustituyendo endulzantes como la miel, el piloncillo o los insectos. En tiempos virreinales nacen los dulces conventuales en donde se utilizaron ingredientes de la región modificando las recetas españolas; y en el siglo XIX, la influencia francesa sobresalió por la preparación de postres europeos como los flanes, el *merengón*, *la paloma*, pan flotante, etcétera; algunos otros se crearon gracias a la tradición religiosa, como es el caso de los buñuelos o la capirotada (Muñoz-Zurita, 2012).

En el mundo se han experimentado modificaciones diversas en el procesamiento de alimentos, antes se realizaban en el hogar y dependía de una tecnología relativamente simple, con algún grado de procesamiento artesanal. En la actualidad, varios de los alimentos consumidos por la población se procesan de manera industrial mediante tecnología compleja (Bassols y Delgadillo, 1992). Estos cambios muestran la necesidad de hacer labor para rescatar el sabor tradicional de diversos postres típicos, dejados en el abandono.

El avance de la industrialización de los alimentos ha derivado en varios fenómenos; el primero es el olvido de antiguas recetas, el segundo es la falta de tiempo para buscarlos en dulcerías especializadas y el tercero la sustitución que han sufrido por el paso de los años, provocado por la sistematización de los procesos que envuelven las preparaciones contemporáneas. Aunado a lo anterior, Bertran (2016) indica que:

... esta sociedad postmoderna donde la incorporación de productos industrializados provocado por el éxito de la comercialización en torno a los productos alimenticios, del surgimiento de los nuevos segmentos *gourmet* y *light*, han ocasionado la aceptación rápida de estos productos en la dieta cotidiana de la población.

La nueva tendencia alimentaria muestra un creciente aumento en la demanda de alimentos saludables; los que son ricos en fibra dietética, debido a su efecto en la función gastrointestinal y la prevención de enfermedades cardiovasculares, los residuos de frutas y la elaboración de nuevos productos con éstas, son ahora de gran interés para la industria alimentaria, debido a la aplicación tecnológica e innovación que permiten, gracias a sus características fisicoquímicas, microbiológicas y sensoriales, cambiar algunos atributos en relación con la calidad de los productos. La textura y consistencia se incrementa mediante diferentes procedimientos como coagulación por cuajo, gomas, gelatinas; también se puede hablar de los flanes de leche gelificada con gel firme, desde quebradizo hasta suave y cremoso; postres cremosos como las natillas, cuyo cuerpo va de ligero a fuerte, postres multicapa desde cremoso hasta firme con o sin recubrimiento, que son algunas de las texturas alcanzadas por los postres de fabricación industrial (Martínez, *et. al.*, 2008). Hoy en día la industria alimentaria aplica diferentes estrategias para satisfacer las necesidades de los consumidores, por ello los métodos utilizados, para evaluar la calidad son, entre otros: escalas objetivas basadas en instrumentos de medición, métodos subjetivos basados en el juicio humano también llamado análisis sensorial (Ferrato, 2003).

Pero también en el estudio de los alimentos se han aplicado técnicas etnográficas; de forma multidisciplinaria, la etnografía ha sido aplicada a estudios de alimentación, salud, agricultura, políticas públicas, entre otros, permitiendo la interacción de todos los elementos (Fonseca, *et. al.* 2018). La etnografía permite la interacción del investigador con la población, rescatando sus valores, idolologías y expectativas (Murcia-Peña y Jaramillo-Echeverry, 2001). Para los autores Díaz De Rada y Velasco (1999), los estudios etnográficos buscan la descripción de rasgos culturales, permitiendo la construcción de teorías a partir de la comparación, para reflexionar sobre ellos.

Para García-Espín (2017), esta técnica constituye una aproximación metodológica usada en varios contextos. En las Ciencias Sociales, se aplica para describir las culturas de grupos sociales (Martínez-Miguélez, 2007); y para su aplicación, se examinan por un lapso prolongado los patrones observados del objeto de estudio para representar el comportamiento (Govea, *et. al.* 2011). La etnografía pertenece a una metodología cualitativa, y permite realizar un estudio directo de personas y grupos durante un periodo de tiempo en específico; en algunos estudios se basan en la participación, la cual se registra en un diario de campo, y en la entrevista etnográfica que permite conocer el fenómeno (Cardós-García, *et. al.* 2016).

La gastronomía permite conocer expresiones culturales, sociales e históricas desde un panorama local hasta escenarios mundiales; su interdisciplinariedad da la libertad de ser relacionada para su interpretación con otras ciencias o disciplinas, de ahí la importancia de generar información confiable sobre el uso de costumbres o técnicas alimentarias de nuestra cocina para preservarlas o difundirlas entre las nuevas generaciones, siendo importante destacar que es más que moles, salsas o tortillas; la cocina mexicana es algo lleno de sabores e ingredientes de gran variedad.

Sin embargo, se ha identificado, a través de la revisión de la literatura, que existe una falta de información verídica y estadística en lo referente al tema de los postres típicos mexicanos; el cómo se han perdido técnicas y procedimientos artesanales, costumbres y usos, todo ello provocado por un mundo globalizado, dando lugar a la sustitución de éstos por procesos industrializados. Por ello, la presente investigación de tipo exploratoria y descriptiva, tuvo como objetivo realizar un estudio etnográfico para generar información estadística y actual referente al consumo y conocimiento de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa, perteneciente a una ciudad multicultural como lo es la Ciudad de México.

El presente artículo está conformado por la introducción; el desarrollo, en el que se explica la metodología de la investigación, con un enfoque mixto; también en él se describen las fuentes utilizadas para la revisión de la literatura, así como el área de estudio. Cabe señalar que en el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la fórmula para poblaciones conocidas, detallándose la técnica de recolección de datos y el tipo de análisis utilizado. Finalmente, se incluyen los apartados de resultados, conclusiones y referencias.

## Desarrollo

### Metodología

La presente investigación, en términos metodológicos, se basó en un enfoque mixto con la finalidad de tener un análisis e interpretación de los datos de forma cualitativa y cuantitativa, considerando procesos sistemáticos, empíricos y críticos, haciendo uso de una visión objetiva y subjetiva (Díaz-López, 2014), para tener una interpretación más completa del consumo de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa.

En la primera fase de la investigación se realizó una revisión de la literatura en índices nacionales e internacionales como: *Elsevier*, *Scopus*, *Redalyc*; CONRICYT (Consortio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica), entre otras, para describir el área de estudio y poder focalizar la problemática. El presente estudio se realizó en la Alcaldía Iztapalapa, localizada en la Ciudad de México (CDMX), con una superficie de 117 kilómetros cuadrados (ver figura 1), situada a los 19° 24' y 19° 17' L. N., 99° 58' y 99° 08' L. O.; colinda al norte con Iztacalco; al poniente con Benito Juárez y Coyoacán; al sur con Tláhuac y Xochimilco; al este con Nezahualcóyotl, La Paz y Valle de Chalco Solidaridad, estos últimos pertenecientes al Estado de México. La temperatura media anual es de 16 C°, clima templado subhúmedo, con lluvias en verano.

**Figura 1.** Localización geográfica de la alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México.



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015).

En la fase dos de este estudio, se diseñó la técnica para la recolección de datos; ésta se basó en una encuesta semiestructurada para cuantificar los resultados, y tener una comprensión más amplia sobre el consumo de dulces típicos mexicanos. Se diseñaron 55 preguntas estructuradas, abiertas, cerradas y mixtas, conformadas en dos apartados: características generales como edad, rango de estudios, nivel de ingresos, escolaridad, etc., y en el segundo, conocimiento, consumo y gustos de dulces típicos mexicanos.

La fase tres consistió en conocer la población objetivo; se hizo el cálculo del tamaño de la muestra, aplicando la fórmula de Malhotra (2004); conociendo la población (N) de 1,827 mil 868 habitantes (INEGI, 2015) con un nivel de confianza permitido para estudios exploratorios del 80% de probabilidad (Z), equivalente a 1.28, un error permitido del 5% (E) y una variable positiva (p) y negativa (q) del 5% (Figura 2), teniendo como resultado 200 encuestas.



**Figura 2.** Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 p q N}{N E^2 + Z^2 p q}$$

**Fuente:** Elaboración propia, con base en Malhotra (2004).

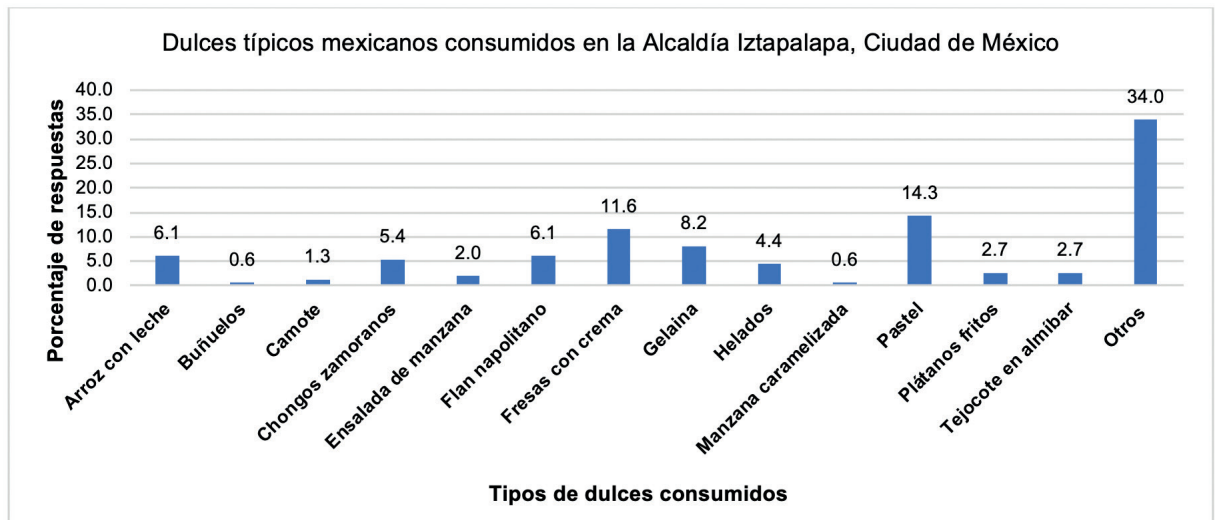
Posteriormente se utilizó un muestreo no probabilístico, conocido como muestreo selectivo o intencional para estudios cualitativos, donde se puede trabajar con pequeñas o grandes unidades como: pobladores, etnias e instituciones, etc. (Martínez-Salgado, 2011). Se realizaron visitas de campo en la zona para recabar los datos y seleccionar a cada uno de los encuestados de forma intencional y cuidadosamente, con base en sus posibilidades de ofrecer información detallada para la investigación. Las encuestas fueron aplicadas en una zona de gran movilidad y con un elevado tránsito de personas; se discriminó a los participantes por su edad con una mina de 14 años, por su disposición, tiempo y actitud para responder el cuestionario. Finalmente, para la interpretación de los datos se utilizó una base de datos en *Microsoft Office Excel* para asentar la información recolectada de la encuesta; el análisis se complementó con el *software Statistical Analysis System (SAS)* para obtener estadística descriptiva.

## Resultados

La población encuestada de la Alcaldía Iztapalapa tiene una edad mínima de 14 años, máxima de 80, y en promedio 37 años; 40% son hombres y 60% son mujeres. El nivel de escolaridad mínima es: 2.6% posgrado, 36% preparatoria (el porcentaje mayor), 3.7% no tienen escolaridad; 11.8% primaria, 28.4% secundaria y 17.2% licenciatura. Su ocupación predominante es: 43.5% comerciantes, 19% amas de casa, 18.5% trabajadores asalariados y 7.5% sin empleo. Estos datos permiten identificar el tipo de consumidores que existen en la zona para guiar la toma de decisiones y generar estrategias que beneficien el consumo de dulces típicos mexicanos.

El conocimiento de los habitantes en torno a la diferencia entre postres y dulces típicos mexicanos, constituye un factor importante para el consumo de estos últimos: la información analizada muestra que 80% de la población sí consume dulces típicos y el 20% no; y que los dulces que consumen son: 14.3% pastel, 11.6% fresas con crema, 8.2% gelatina; 6.1% flan napolitano, 6.1% arroz con leche, 5.4% chongos zamoranos, 4.4% helado; 2.7% plátanos fritos, 2.7% tejocotes en almíbar, 2% ensalada de manzana; 1.3% camote, 0.6% manzana caramelizada, 0.6% buñuelos; y 34% otros (ver figura 2). Por otro lado, en relación con el gusto de los encuestados, se identificó que a 38% sí les gustan los dulces típicos; al 33.5% les gustan mucho, al 13% regular, al 10% no les gustan, y al 5.5% les gustan poco.

**Figura 3.** Dulces típicos mexicanos consumidos en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México.

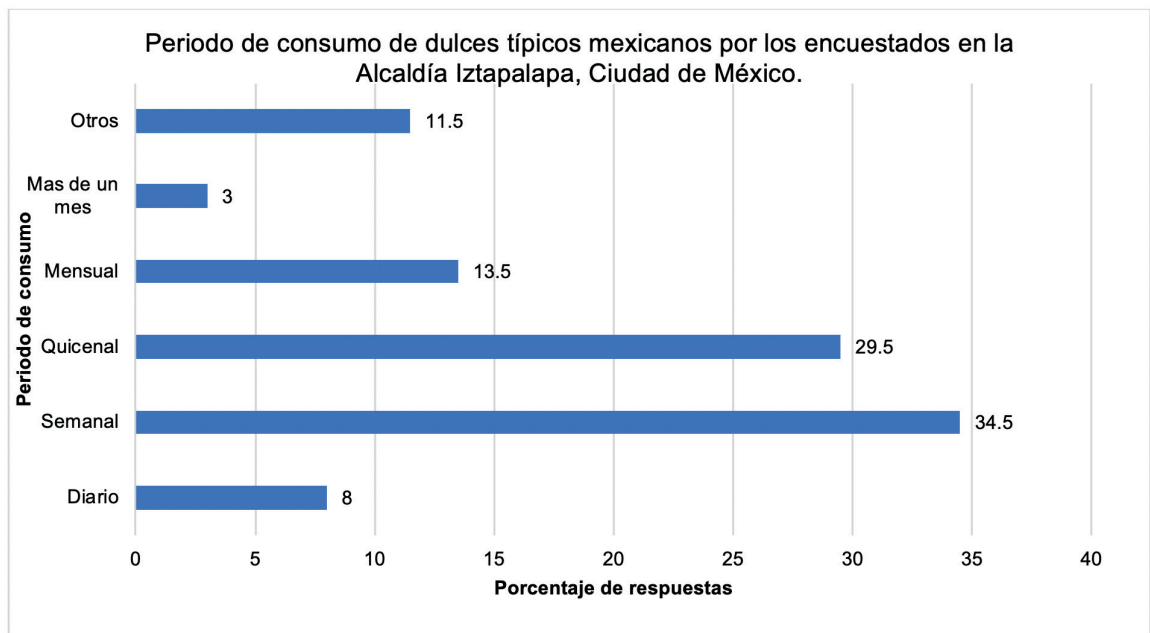


Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada en noviembre 2019.

El estudio realizado soporta el desconocimiento de dulces típicos mexicanos; y se considera que dicho comportamiento se da en ciudades globalizadas con una gran transculturización, como por ejemplo en la Ciudad de México, donde sus visitantes o residentes proceden de estados cercanos como: Estado de México, Morelos, Puebla, Hidalgo y Querétaro. Este

gran intercambio de personas provoca que se dejen o modifiquen costumbres y tradiciones como el consumo o conocimiento de dulces típicos mexicanos, ya que de acuerdo con los resultados obtenidos, 45.5% de los encuestados conocen los dulces típicos mexicanos, 41% no los conocen y 13.5% creen saberlo. En términos de la frecuencia de consumo de los dulces típicos, ésta es: 34.5% consumo semanal, 29.5% quincenal, 13.5% mensual; 8% diario, 3% más de un mes, y otra fecha, 11.5% (ver figura 4).

**Figura 4.** Frecuencia de consumo de dulces típicos mexicanos por los encuestados en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México.



**Fuente:** Elaboración propia, con base en la investigación realizada en noviembre 2019.

Los motivos por los cuales no son consumidos los dulces típicos mexicanos, según el reporte de los encuestados, son: 32.5% no los conocían, 28% no los han probado, 18% no les gustan; 11.5% sí los consumen y 10% otros motivos; y en relación con la presentación de los dulces típicos que consumen los encuestados, las respuestas recibidas fueron: 27.5% los consume fríos, 14% calientes, 9% fritos, 4.5% helados y 45% sin especificar.

El lugar de consumo de los dulces se considera un factor de consumo importante, e incluso el tiempo destinado para poder conseguirlos; en relación con estos aspectos, 70% de la población encuestada considera que afecta el tiempo de conseguirlos o dónde comprarlos, mientras que el 30% respondieron que sí los consumen, pero en sus hogares. En relación con el consumo de determinado tipo de dulces, durante la revisión de la literatura se logró identificar algunos dulces típicos mexicanos, los cuales se colocaron como opciones en las encuestas aplicadas, para conocer más en torno a las preferencias de consumo del segmento de habitantes encuestado.

Los participantes en la encuesta fueron interrogados en torno a si alguna vez han probado los siguientes dulces; a continuación se incluyen las respuestas obtenidas, junto con el porcentaje correspondiente:

- a) Calabaza en tacha: 60% sí y 40% no.
- b) Torrejas: 93% sí y 7% no.
- c) *Crustillante* (o *croustillant*): 34% sí y 66% no.
- d) Tejocote en almíbar: 66% sí y 34% no.
- e) Chongos zamoranos: 57% sí y 43% no.

Con base en estos datos se puede identificar que el dulce típico más conocido por los encuestados en la Alcaldía Iztapalapa son las Torrejas, y el menos conocido es el *Crustillante* (que significa masa crujiente). Igualmente se pudo comprobar que 27.5% de los encuestados sí conocen parte de la receta de algunos postres, mientras que 72.5% no la conocen. Y entre algunos de los elementos que cambiarían en relación con los dulces típicos mexicanos para que fueran más consumidos son: sabor, 24%; precio, 22.5%; presentación 20.5%; tamaño de la presentación, 13%; calidad, 11.5%, y nada, 8.5%.

Con base en estos resultados, una de las propuestas de la presente investigación es utilizar la técnica culinaria *Food Styling* para cambiar algunas características organolépticas de los dulces típicos mexicanos y lograr que tengan a futuro mayor presencia y aceptación en las preferencias de los consumidores. De hecho, 98.5% de los encuestados contestaron que aceptarían la introducción de nuevas técnicas culinarias para la elaboración de los

dulces típicos mexicanos, siempre y cuando se mantenga el sabor y la presentación de los mismos, mientras que 1.5% no les gustaría la implementación. Respecto al cuidado de la salud, 72% reportaron preferir postres con poca cantidad de azúcar y 28% contestaron que no les importaría.

Finalmente, en relación con los lugares de compra de dulces típicos mexicanos, 28% respondieron que los adquieren en puestos de la calle, 20% en tienditas; 20% en pastelerías comerciales como “El globo” y “La Esperanza”; en cuanto al precio, 60% expresaron que les gustaría pagar por porción de dulce entre 20 y 30 pesos; 12% que un máximo de 50 pesos, y 5.5% contestó que 10 pesos, entre algunos de los resultados obtenidos, en relación con las preferencias de consumo de los dulces típicos mexicanos.

## Conclusiones

En el estudio etnográfico del consumo de dulces típicos mexicanos en la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México, se pudo observar, entender y recabar información extra a la encuesta aplicada, gracias a las visitas de campo. El poco dominio y conocimiento de las tradiciones mexicanas han generado la pérdida en elaboración, consumo y venta de dulces típicos mexicanos, mismos que datan desde la época prehispánica y que se fueron transformando con la llegada de nuevos insumos provenientes de Europa, en concordancia con lo que establecen los autores Ronquillo-Tellez, *et. al.*, (2016).

Las necesidades alimentarias de un mundo globalizado son variadas, muchas de ellas exigen sabores, colores y aromas nuevos, por ello la necesidad de contar con productos innovadores, información que se corrobora en esta investigación donde se aceptan nuevas técnicas culinarias para el rescate de los postres; lograr dichas innovaciones en la preparación es el reto, incorporando técnicas como el *food styling*: hacer que la comida se vea atractiva en una fotografía final o enfrente del comensal, logrando que los chef presenten de forma ingeniosa los alimentos y se vuelvan llamativos (Pedroza, 2011). Se considera que dará oportunidad de difundir los dulces típicos mexicanos que sólo se llegan a preparar y consumir en zonas geográficas específicas.

El análisis de los datos estadísticos permite corroborar que no se distinguen diferencias entre postres y dulces típicos mexicanos; de acuerdo con el autor Muñoz-Zurita (2012), la mayoría de los dulces consumidos en México tienen sus orígenes en épocas prehispánicas; se fueron modificando algunas preparaciones en la época de la Conquista como la sustitución de endulzantes. Otros que son tradicionales se elaboraron durante la época virreinal como es el caso de los dulces conventuales, adaptándose a ingredientes típicos de México, mismos que se mantienen en la actualidad como lo son: buñuelos, camote, chongos zamoranos, manzana caramelizada, pasteles, flanes y frutas en almíbar.

Conforme a la revisión de la literatura se identificó que dulce es sinónimo de postre, e incluye pasteles, *pays*, tartas, frutos cocidos en azúcar o piloncillo, etcétera, pero no todos los dulces son típicos mexicanos; y en este sentido, algunas de las respuestas obtenidas en la investigación no entrarían en la categoría de dichos dulces típicos, entre ellos: arroz con leche, fresas con crema, plátanos fritos, gelatina y ensalada de manzana (Abascal, 2014; Muñoz-Zurita, 2012).

Cortés, *et. al.* (2005) señala que los hábitos nutricionales son variables a través del tiempo con un criterio en común: el mantener la salud. También asegura que las exigencias son dirigidas a buscar nuevos productos, pero esto depende de las actitudes de los consumidores, su conocimiento sobre la relación dieta-procesos fisiológicos, y el avance de la ciencia y la tecnología aplicada a los alimentos, siendo ésta un factor importante del desplazamiento de las técnicas y procedimientos artesanales.

Se pudo corroborar con la revisión de la literatura, que en la Alcaldía Iztapalapa se conocen los siguientes dulces típicos mexicanos: tejocotes en almíbar, chongos zamoranos, calabaza en tacha; torrijas, dulce de camote o de frutas caramelizadas, flanes, pasteles, jamoncillos y buñuelos. Un dulce con mayor presencia en las preferencias de los consumidores encuestados fueron los chongos zamoranos, el que se considera que a futuro podría ser un dulce accesible y aceptado por la sociedad mexicana gracias a que su base es de leche; misma que la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 1984) considera como un alimento fundamental, impulsando muchos programas para la disponibilidad de ésta en diferentes sectores de la sociedad.

En este estudio también se identificó que los lugares para comprar los dulces típicos mexicanos, se refieren a pastelerías comerciales que venden postres, mas no dulces típicos mexicanos; en este sentido se puede apreciar que el término “dulcería”, conocida como tienda o expendio de dulces tradicionales en México, que aún existe y es el lugar donde se venden dulces artesanales, no fue considerada para hacer la compra de estos productos, de aquí la importancia de investigaciones de este tipo que sirvan para fortalecer el conocimiento de tradiciones que se desplazan con las nuevas mejoras en el mercado.

También se pudo identificar que las nuevas generaciones de consumidores presentan nulo conocimiento de los dulces típicos mexicanos, desde su preparación, hasta las recetas y presentaciones, y esto se relaciona con que, en las sociedades con alto valor de multiculturalidad no hay presencia de elementos tradicionales, y si la hay, éstos van siendo desplazados por el consumo de alimentos procesados y a fácil alcance.

Se propone la utilización del *Food Styling*, ya que la implementación de estas técnica gastronómica daría como resultado modificar el diseño o presentación de los dulces típicos mexicanos conservando sus sabores; combinando las artes culinarias con el diseño artístico, involucrando la creatividad del chef para preparar alimentos y que éstos se consuman con la correcta proporción, cantidad, distribución de los elementos (colores y texturas) dentro del plato, altura y decoración (Hernández, 2011; Estela, 2012).

Por último, se propone que las investigaciones científicas en el área gastronómica continúen realizándose con rigor científico contemplando enfoques mixtos de investigación para seguir generando información estadística y confiable que beneficie la toma de decisiones, y así ayudar a grupos vulnerables con valiosos elementos de cultura y tradiciones, potencializando su economía mediante conocimientos empíricos como el dominio de recetas y procesos de elaboración o preparación en dulces típicos mexicanos.

## Referencias

- Abascal, P. (2014). *Postres Mexicanos*. Larousse.
- Arias G., J. (2010). Los imaginarios en la alimentación humana. *Diario del Campo* 1, 1, pp. 28 -30.
- Ayuso P., G., y Castillo L., M. T. (2017). Globalización y nostalgia. Cambios en la alimentación de familias yucatecas. *Estudios Sociales*, 27 (50). <http://dx.doi.org/10.24836/es.v27i50.479>.
- Bassols, A., Torres, F., y Delgadillo, J. (1992). El factor espacial en la configuración del sistema de abasto alimentario nacional. El abasto alimentario en México. UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, pp. 163-186.
- Bertran, M. (2016). Alimentación y clases sociales. *Estudios Sociales*, 27 (49), 295-305.
- Cardós-García, J. J., Lillo-Crespo, M., Climent-Rubio, A., Hernández-Urrutia, E. y Mejía-Moreno, B. (2016). Aproximación etnográfica al concepto de salud y enfermedad en la tribu Turkana: Proyecto para la mejora de la salud de los nómadas del Triángulo de Ilemi, Kenia. *Salud Colectiva*. 12 (2): 173-188. <http://dx.doi.org/10.18294/sc.2016.787>
- Cortés, R. M., Chiralt, B. A., y Puente, D. L. (2005). Alimentos funcionales: una historia con mucho presente y futuro. *VITAE*. 12, 5-14. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169815869001>
- Díaz De Rada, B. Á., y Velasco, M. H. (1999). La lógica de la investigación etnográfica. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela. Trotta.
- Díaz-López, S. M. (2014). Los Métodos Mixtos de Investigación: Presupuestos Generales y Aportes a la Evaluación Educativa. *Revista Portuguesa de Pedagogía*. 48 (1): 7-23. [http://dx.doi.org/10.14195/1647-8614\\_48-1\\_1](http://dx.doi.org/10.14195/1647-8614_48-1_1).
- Estela, P. D. (2012). La técnica del Food Styling en la fotografía de producto del fotógrafo Ricardo Mata Jr. Facultad de Arquitectura y Diseño, Diseño Gráfico. Universidad Rafael Bolívar. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/03/05/Pedroza-Lourdes.pdf>
- FAO (1984). Equipo regional de fomento y capacitación en lechería de FAO para América Latina. Manual correspondiente al módulo 4. Postres y helados. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a0816s/a0816s03.pdf>)



- Ferrato M., C. J. (2003). Análisis Sensorial: una Herramienta para Evaluación de la Calidad desde el Consumidor. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional del Rosario.
- Fonseca-Claudia, M. S., y Canfield de Castro, H. (2018). Etnography of public policy: social control through community mobilization. *Horizontes Antropológicos*, 24 (50): 271-303. <http://dx.doi.org/10.1590/s010471832018000100010>.
- García-Espín, P. (2017). Etnografía y Ciencia Política: la excepcionalidad del caso español. *Política y Sociedad*. 54 (1): 249-269. <http://dx.doi.org/10.5209/POSO.48938>
- Govea- Rodríguez, V., Vera, G. y Vargas, A. M. (2011). Etnografía: Una mirada desde corpus teórico de la investigación cualitativa. *OMNIA*, 2: 26-39.
- Hernández-López, R. (2011). El platillo: del alimento al objeto estético. Algunas reflexiones en torno al tema. *Culinaria*. 2, 45-55. [http://web.uaemex.mx/Culinaria/dos\\_ne/art\\_03.pdf](http://web.uaemex.mx/Culinaria/dos_ne/art_03.pdf)
- Ibarra, L. S. (2016). Transición Alimentaria en México. *Razón y Palabra*, 20 (94), 162-179.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). División municipal del Distrito Federal. (INEGI). [http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/territorio/div\\_municipal.aspx?tema=me&e=09](http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=09)
- Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. Pearson Educación.
- Martínez A, O. L., Román M., M. O., Gutiérrez E., E. L., Medina M., G. B., y Florez A., O. A. (2008). Desarrollo y Evolución de los Postres Lácteos con Fibra de Naranja. *VIATE, Revista de la Facultad de Química Farmacéutica*, 15 (2), 219-225.
- Martínez-Miguélez, M. (2007). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. Trillas.
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 3 (17): 613-619. <https://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232012000300006>.
- Medina, F. X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología*, 2 (51): 106-113. <https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.02.001>
- Milenio (2020). Dulces típicos mexicanos.
- Muñoz-Zurita, Ricardo. (2012). *Diccionario enciclopédico de la Gastronomía Mexicana*. Larousse.

- Murcia-Peña, N., y Jaramillo-Echeverry, L. G. (2001). Investigación cualitativa. La complementariedad Etnográfica. Una Guía para abordar estudios sociales. Kinesis.
- OMT (2020). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico de la OMT y el *Basque Culinary Center*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-05-13/guia-para-el-desarrollo-del-turismo-gastronomico-de-la-omt-y-el-basque-culi>
- Pedroza – Díaz, L. E. (2012). La técnica del food styling en la fotografía de producto del fotógrafo Ricardo Mata Jr. Facultad de Arquitectura y Diseño. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/03/05/Pedroza-Lourdes.pdf>
- Ronquillo-Téllez, A. L., Lazcano-Racho, M. V., Lazcano-Hernández, M. A., Navarro-Cruz, A. R., y Dávila-Márquez, R. M. (2016). Desarrollo y caracterización de un producto arándano-miel. *Investigación y Desarrollo en Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 1, (1), 372-377.
- SECTUR (2015). Gastronomía Mexicana. Secretaría de Turismo. <http://www.sectur.gob.mx/blog-de-la-secretaria/2014/09/05/gastronomia-mexicana/>
- SECTUR (2020). La industria restaurantera. Secretaría de Turismo. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-industria-restaurantera-aporta-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico>
- SAS Institute Inc. (2014). SAS/SAT User's Guide. Version 9.3. SAS Institute Inc.
- UNESCO (2020). Patrimonio inmaterial. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>
- Vargas, L. (2010). ¿Para qué sirven los estudios antropológicos sobre alimentación y nutrición? *Diario del Campo*, 1, 66-71.
- Zolla, C. (1988). *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. Fondo de Cultura Económica.