



Resignificación de la producción y consumo del mango en el municipio de Santa Barbara Antioquia

Juliana María Ramírez Monsalve¹

Liliana Pérez Munera²

Alejandro Arango Correa³

Elva Rocio Arboleda Torres⁴

El cultivo y exportación del mango criollo no se destaca actualmente en la economía nacional, debido a factores que desfavorecen la calidad exigida por los mercados internacionales. El municipio de Santa Bárbara en Antioquia se caracteriza por la cosecha y producción del mango, pero se requieren alternativas que generen valor agregado. Por tanto, la investigación tuvo como objetivo proponer un producto gastronómico para la resignificación del mango en dicho municipio.

La metodología fue de carácter exploratoria y descriptiva, su diseño fue documental y de campo, de tipo cualitativa y cuantitativa a través del relacionamiento con la comunidad mediante talleres de preparaciones gastronómicas y la ejecución de entrevistas semiestructuradas.

El objeto de estudio de la investigación fue la Asociación de fruticultores de Santa Bárbara (ASOFRUSABAR) y entes relacionados con el mango, donde se identifica que el mango sólo se visualiza como ingreso en épocas de cosecha, sin valor agregado de transformación.

Dentro de los hallazgos, se evidencia que, para los habitantes del municipio de Santa Bárbara, el mango hilacha hace parte su tradición cultural y gastronómica, en beneficio de ello, se está construyendo un recetario que rescate las tradiciones culinarias de la región, que genere valor agregado en la comercialización. Igualmente, se recomienda potenciar los elementos emocionales que genera el consumo del mango hilacha en la

¹ Docente Ocasional. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Juliana.ramirez@colmayor.edu.co

² Docente Ocasional. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. liliana.perez@colmayor.edu.co

³ Docente catedra. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Alejandro.arango@colmayor.edu.co

⁴ Asohofrucol.antioquiapnfh2016@gmail.com



**IV SIMPOSIO
INTERNACIONAL**
PARA LA INNOVACIÓN Y EL
DESARROLLO EMPRESARIAL

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

población local, a fin de construir una marca territorio que visibilice la tradición gastronómica tanto a propios como visitantes.