

Félix Eduardo Rodríguez Medina

COMPILADOR



Gastronomía, Hotelería y Turismo: Sostenibilidad e Inclusión



Fundación Universitaria
SAN MATEO

Editorial

**Gastronomía, Hotelería y Turismo:
Sostenibilidad e Inclusión**

Félix Eduardo Rodríguez Medina

Compilador



Fundación Universitaria
SAN MATEO

FÉLIX EDUARDO RODRÍGUEZ MEDINA

Gastronomía, hotelería y turismo: Sostenibilidad e inclusión

Registro No. 978-958-56900-3-5

Bogotá D.C.; Fundación Universitaria San Mateo, 2018.

123 páginas; 21,59 X 27,94 cm.

Palabras clave: Cultura, ocio, bienes culturales, gastronomía, hotelería, turismo.

CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO

Miembros fundadores

Rodrigo Ferreira Pinzón
Andrea Meza Ferreira
Carlos Sebastián Ferreira Osorio
Julián Orlando Ferreira Rondón
Luis Rodrigo Ferreira Díaz
María Janeth Díaz
Vivian Janeth Ferreira Díaz

Presidente

Carlos Orlando Ferreira Pinzón

Rector

Juan Carlos Cadavid Botero

Secretaria General

Melba Rosa Ferreira de Meza

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Vicerrectora Académica

María Luisa Acosta Triviño

Decana Facultad Administración

Elizabeth Araque Elaica

Decana Facultad Ingenierías

Gloria Andrea Avelino

Director de Investigación

Ricardo Acosta Triviño

Directora del programa académico de gastronomía

Claudia Milena Rodríguez

Coordinador de Investigación de gastronomía

Royer Yesid Gutiérrez Quecano

CRÉDITOS

Compilador

Félix Eduardo Rodríguez Medina

Coordinador de publicaciones

Carlos Eduardo Daza Orozco

Diagramador

Luisa María Plazas Gómez

Corrector de estilo

Raúl Antonio Cera Ochoa

Grupo de Investigación



Patrimonio cultural y
gastronómico de Colombia

© Todos los derechos reservados.

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su tratamiento en cualquier forma o medio existentes o por existir, sin el permiso previo y por escrito de la Coordinación de publicaciones de la Fundación Universitaria San Mateo

Índice

Introducción	Pg 7
Agradecimientos	Pg 9
Antecedentes de la red: contexto y justificación	Pg 11
Oportunidad del turismo comunitario en el desarrollo rural del posconflicto colombiano Jorge Alexander Mora	Pg 23
El turismo y su influencia en la felicidad de los anfitriones de Güicán de la sierra Yarleidy Lorena Salazar Toro Kimberly Ginneth Agudelo Rodríguez Andrés Cubides Ardila	Pg 39
Propuesta para la creación de un producto Turístico náutico en el municipio de Gachalá Ashley Yineth Cuevas Méndez Paula Daniela Hernández Hernández Julieth Margarita Zambrano Fernández	Pg 57
Los Imaginarios sociales como representación simbólica de la identidad campesina en el turismo Leonardo Castellanos Ramírez	Pg 93
Recuperación de la memoria gastronómica Tradicional en el altiplano Cundiboyacense Colombiano: plato de Indios y sus variables Félix Eduardo Rodríguez Medina Elizabeth Araque Elaica	Pg 105
Acerca de los autores	Pg 121





INTRODUCCIÓN

Como una forma de presentación de la Red de Investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo GTH ante la comunidad académica y el sector turístico colombiano, se propuso el desarrollo de un evento académico que tuviese como propósito fundamental generar un espacio de encuentro dirigido especialmente a los miembros constituyentes de la Red, donde se pudieran presentar, debatir y comprender sus adelantos de investigación.

las propuestas académicas que estaban realizando y sus posibles aplicaciones prácticas en las áreas de gastronomía, hotelería y turismo, labores que están reflejadas en los trabajos de investigación y actividades conexas cuyo eje de orientación principal se relacionó con el tema de “La Sostenibilidad y la Inclusión en el Turismo” como acción preparatoria del Día Mundial del Turismo del 2017 (Doha - Qatar, 27 de septiembre, cuyo tema versó sobre el “Turismo Sostenible - Una herramienta para el Desarrollo”).

Para tal efecto se propusieron las siguientes líneas temáticas de participación en el evento: La Gastronomía, y sus tendencias (desarrollos y aplicación en el sector productivo) Turismo, gastronomía, y cultura, Turismo y posconflicto el resultado del encuentro se presenta a continuación en el libro a través de un capítulo de contextualización de los referentes conceptuales y ejes problemáticos del evento para luego pasar a la presentación de cinco (5) ponencias expuestas por estudiantes y docentes en las ya citadas líneas temáticas, que fueron escogidas de entre las dieciséis (16) ponencias sustentadas públicamente en el marco del evento y que a su vez evaluadas objetivamente por diversos pares académicos de la Red.



AGRADECIMIENTOS

La Red de Investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo GHT quiere extender un agradecimiento a todas las directivas, docentes, estudiantes y personal logístico de todas las Instituciones miembro de la Red, que de una u otra forma contribuyeron de manera directa con su trabajo, aportes económicos y académicos a la consolidación de una labor mancomunada, y que además creyeron en el proyecto del “Primer Encuentro Académico” de la misma. En particular un reconocimiento a la Corporación Universitaria UNITEC.

A través de las contribuciones y coordinación del Docente Alvelayis Nieto Mejía, por haber sido los anfitriones y dispuesto todos los medios logísticos y físicos para el despliegue del evento; por otro lado, a los valiosos aportes teóricos del documento hechos por los Docentes Giovanni Araque y Fabián Llanos, así como a las contribuciones de mayor o menor grado de todos los miembros que integran la Red de Investigación GHT.

De manera especial también a la Fundación Universitaria San Mateo bajo la Presidencia del Dr. Carlos Orlando Ferreira Pinzón, de la Rectoría a cargo del Dr. Juan Carlos Cadavid, y el apoyo incondicional de la Dra. Elizabeth Araque Elaica (Decana de la Facultad de Administración y afines), la Dra Claudia Milena Rodríguez (Directora Programa de Gastronomía), del Dr. Ricardo Acosta (Director de Investigaciones), el Docente Royer Yesid Gutiérrez Quecano (Coordinador Investigaciones Gastronomía) y Carlos Eduardo Daza Orozco (Coordinador de publicaciones) por el apoyo integral brindado a esta publicación y sus contribuciones hechas en la consolidación de la Red GHT por intermedio del trabajo del docente - investigador de Gastronomía, Félix Eduardo Rodríguez Medina, que ha liderado el proceso.



ANTECEDENTES DE LA RED: CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN

La Red de Investigación en Gastronomía Hotelería y Turismo GHT

La red de investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo nace como un espacio propicio para el diálogo indisciplinar de procesos económicos que nacen del saber gastronómico, los desarrollos del turismo y la actividad hotelera. Igualmente, la producción académica se interesa por temas relacionados con el patrimonio.

Es interesante enfatizar que las investigaciones sobre el turismo, que incluyen a la gastronomía y al ámbito hotelero, tienen una relación directa con disciplinas como las ciencias sociales y las ciencias naturales. Relación que permite crear reflexiones y proyectos cuyo impacto es mucho más profundo.

Esta necesidad de generar un ámbito propicio para la construcción, producción, transferencia y apropiación social del conocimiento llevó a que varias instituciones de educación Superior y otras organizaciones se motivaran y consolidaran esta red a partir de la colaboración de la Fundación Universitaria San Mateo y mediante la gestión del docente Félix Eduardo Rodríguez Medina.

Desde diciembre de 2016 se convocaron al menos veinte empresas e instituciones de formación en Bogotá y Boyacá para construir una red de investigación en gastronomía que luego se amplió a las temáticas relacionadas al turismo y a la hotelería. Es importante mencionar que esta convocatoria fue exitosa, pues se realizó a partir del proyecto "Recuperación de la memoria gastronómica en el altiplano cundiboyacense colombiano (caso plato de indios a algunas de sus variables, zona Villa de Leyva e influencia).

Como resultado de esta convocatoria y del primer encuentro académico de la red en septiembre del 2017, la organización contaba con las siguientes instituciones:

Asociación Colombiana de Chefs – ASOCOLCHEF
Colegio Mayor de Cundinamarca
Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO
Corporación Universitaria – UNITEC
Fundación Universitaria Juan de Castellanos
Fundación Universitaria Los Libertadores
Fundación Universitaria San Mateo
SENA (Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos)
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC
Universitaria Agustiniana – UNIAGUSTINIANA
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL – CUN (Programa de Administración Turística y Hotelera - Bogotá)

Más que un proyecto de tipo netamente intelectual, la Red de Investigación GHT busca la comprensión de fenómenos relacionados con la cultura bajo un desarrollo humano sostenible, que permita la integralidad, la pertinencia y la congruencia en los proyectos emprendidos.

Se trata además de un proceso con una aplicación real al sector; su propósito fundamental es el de aportar soluciones a problemáticas relacionadas con la actividad gastronómica, hotelera y turística desde la producción, transferencia y apropiación social del conocimiento para sectores: académicos, industriales, empresariales y de servicios, entre otros.

Una de las formas de participación activa de la Red se presenta por medio de eventos académicos que difundan no solo las investigaciones en curso alrededor de la gastronomía, el hotelería y el turismo, sino que además vincule a diferentes comunidades en procesos efectivos de apropiación social del conocimiento y participación ciudadana.

Un encuentro académico de este tipo abre las posibilidades para ampliar las comprensiones sobre el desarrollo turístico en el país, que valga anotar, ha de pasar por el reconocimiento de lo propio y la reflexión de lo que somos y hemos sido. Así, un evento que se articula desde el turismo ambiental e incluyente tiene todas las potencialidades de relacionarse con las representaciones sobre lo gastronómico y las aplicaciones del turismo en el desarrollo del territorio desde lo ambiental, lo económico y lo cultural. De esta manera, estos elementos se convierten en los insumos principales de un turismo con capacidad de reconocimiento de las posibilidades de desarrollo bajo procesos de identidad y un uso responsable de los recursos.

Apelar a relación entre gastronomía, hotelería y turismo supone un gran desafío frente a la posibilidad de apertura a las formas del conocimiento científico para la búsqueda de pertinencia real para el sector. Así la reivindicación del patrimonio cultural, el gastronómico y los diferentes desarrollos del turismo para un país como Colombia se constituye en una necesidad de primer orden de cara al posconflicto.

Finalmente, con los avances, discusión y consolidación de los Acuerdos de Paz en el País, queda abierto el panorama para la promoción de Colombia en el extranjero y una de las formas de mostrar la diversidad cultural y la riqueza de nuestros paisajes naturales, es sin duda a través de la gastronomía, el hotelería y el turismo.



REFERENTES CONCEPTUALES Y EJES PROBLEMÁTICOS PROPUESTOS POR LA RED*

Si bien inicialmente el Turismo como disciplina se nutrió de las representaciones conceptuales de las ciencias naturales, es indiscutible el efecto que han tenido las epistemologías de las ciencias sociales para la búsqueda de su autonomía relativa.

En este sentido, el turismo como disciplina se ha inscrito en los debates epistemológicos de las ciencias sociales y humanas, en la medida en que se ha nutrido de sus discursos, sus representaciones y las metodologías asociadas a la comprensión de lo humano y sus relaciones sociales y culturales.

En este orden de ideas es difícil argumentar la producción del turismo propio alrededor del viaje, el recorrido y los dividendos económicos. Más que una disciplina autónoma capaz de comprender el hecho turístico como un objeto de estudio particular.

Los desarrollos de esta disciplina y la construcción de un espacio discursivo autónomo están en construcción. Las dificultades en su conceptualización radican en que el hecho turístico, más que un estudio definido, es un fenómeno ante todo económico que actualmente surge en la producción cultural o lo que se denomina economía naranja.

La actividad turística es un fenómeno ligado a la cultura y al tiempo libre se ha enmarcado preferencialmente dentro de las actividades del ocio y el entretenimiento. El ocio y entretenimiento son tradicionales en la cultura oriental y occidental. Dentro de unas relaciones culturales ligadas al consumo y al hiperconsumo, el viaje que en otro tiempo entraba en las dinámicas de la planificación de las vacaciones y las temporadas de inactividad laboral, ahora se entroniza en las necesidades de romper con esa concepción clásica del turismo para ofertar nuevos servicios (Mateus, s.f, p.200).

Desde los planteamientos de Guy Debord, quien publicó en 1967, "la sociedad del espectáculo", los cambios sociales y culturales, asociados al consumo y al hedonismo bajo

*Algunos apartados de este texto retoma las ideas del capítulo de libro titulado "El viaje y el recorrido como innovación educativa: El turismo de memoria y la didáctica del patrimonio como recursos educativos para enfrentar el posconflicto colombiano" de los autores Giovanni Enrique Araque Suarez y Fabián Andrés Llano. Disponible en el libro publicado en el 2018 titulado Experiencias en innovación educativa. Ed: Ediciones de la U, p. 430 - 441.

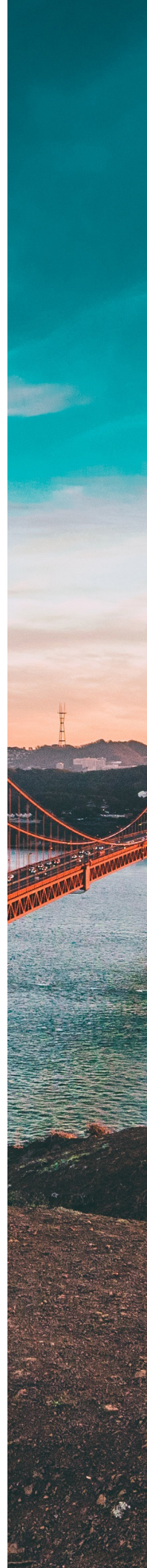
el apego a la mercancía proyectarán unas nuevas formas culturales ahora ligadas al hiperconsumo (Lipovsky, 2010). Otra perspectiva es la de Jesús Martín Barbero que denomina la obsolescencia planificada, la industria cultural ha demostrado que la vindicación de la experiencia como elemento de consumo no solo es efectiva, sino muy rentable (Donaire, 1993, 179 citado por Yori, 2006 p 118).

Así, las necesidades y las prácticas culturales hoy imbuidas por la influencia de lo que algunos autores llaman la economía naranja, posicionan cada vez con mayor rapidez el consumo cultural. En efecto, esta clase de prácticas y de consumo ha cambiado de manera determinante la cultura del entretenimiento, convirtiendo el consumo de experiencias en posibilidades reales para el turismo.

El turismo organizado, los largos trayectos con escala planificadas, las aventuras de descubrimiento en los árboles, los laberintos o parques temáticos han reconstruido, virtual o materialmente, ciudades antiguas, reservas indias, animales desaparecidos, momentos de nuestra historia.

También se recrean climas al interior como bosques tropicales, tormentas de nieve, medios marítimos; algunos simulan erupciones volcánicas o temblores de tierra. Hemos entrado en una industria de la experiencia que se materializa en un exceso de simulaciones, de artificios hiperespectaculares, de estimulaciones sensoriales destinadas a que los individuos prueben sensaciones más o menos extraordinarias, que vivan momentos emocionales bajo control, en entornos hiperrealistas, estereotipados y preparados (Lipovsky, 2010 p58). En este orden de ideas, las simulaciones y los simulacros trastocan esa experiencia natural que se lograba con el viaje en otro tiempo. Este efecto, esta disgregación entre la representación y la realidad, esta mezcla entre lo real y lo fantástico, conduce a un mundo imaginario y a la escenificación en miniatura de la representación de América, como en el caso de Disneylandia (Baudrillard, 1977, p25).

Este turismo de fantasía, hace parte de las múltiples variantes del turismo hoy día: el turismo rural, el turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo cultural y demás nominaciones sobre la actividad turística, permiten



entrever un síntoma evidente asociado al cambio en los servicios y los productos turísticos (Mateus, s.f p.200). De ahí, que más que entrar a los límites de la disciplina, es importante mencionar las tendencias en investigación turística, con el fin de ubicar los principales intereses de desarrollo del conocimiento para un país como Colombia.

TENDENCIAS EN INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Las tendencias en investigación turística varían según el tipo de institución (gubernamental, nacional, internacional, pública, privada o educativa) y país que la realice. Usualmente, se sigue el modelo de desarrollo turístico, el cual responde al contexto geográfico, social y político de la nación. Es decir, las investigaciones se trazan como respuesta al ámbito nacional y a unas apuestas institucionales.

Así como el posicionamiento de una temática que aborde problemas como el medio ambiente, el territorio, el patrimonio o el desarrollo. Las tendencias investigativas en turismo en tres tipos: territorio, cultura y desarrollo.

TURISMO Y TERRITORIO

Desde una perspectiva tradicional, el turismo es posible gracias al territorio, aunque no se agota en él, pues se resignifica a partir de una red de prácticas y discursos. Aspectos que permiten el diálogo sobre los impactos, dinámicas y construcción de relaciones entre visitantes, operadores turísticos y pobladores.

Las ciencias sociales han realizado aportes muy importantes para pensar el escenario turístico, introduciendo conceptos sobre ética, política y geografía, que han permitido darle una mirada integral al acontecimiento turístico y al territorio.

En este sentido, hay un avance hacia la comprensión de la afectación del territorio provocada en la dinámica turística y por sus diferentes actores, a partir de los diversos tipos de modelo de intervención. Por esta razón, emergen preguntas sobre las políticas públicas, los imaginarios territoriales, los usos de suelos, los impactos ambientales, la modificación de paisaje y el desarrollo sostenible.

TURISMO Y CULTURA

El turismo no solo afecta al territorio en distintos niveles, sino que a partir de las relaciones entre visitantes y residentes hay un impacto socio-cultural. Impacto que nace del intercambio de valores e intereses económicos, políticos, culturales y recreativos. Este acontecimiento se comprende como un diálogo de identidades.

Como un proceso de mera mercantilización del lugar y la cultura provocando a la postre que algunas comunidades, al no verse beneficiadas directamente y al enfrentarse con el visitante, generen dinámicas de resistencia a iniciativas turísticas en su territorio.

La reacción de las comunidades frente al proceso de mercantilización del turismo se da por la modificación del sentido de sus prácticas culturales. Se construye entonces un entorno no muy auténtico que responde más al imaginario del visitante. También emergen interrogantes alrededor de las identidades locales, la exotización y estereotipación de su cultura y las alternativas de construcción de destinos turísticos.

TURISMO Y DESARROLLO

La tensión que se presenta entre la generación de recursos económicos como una alternativa de operadores turísticos y pobladores, frente a los impactos en los territorios, liga necesariamente la discusión sobre el modelo de desarrollo turístico.

En este punto, las políticas públicas adquieren un lugar estratégico en relación con las reglas de juego bajo las cuales se debe plantear un modelo de desarrollo turístico para el trabajo, el cuidado del medio ambiente y la participación de la comunidad a la hora de plantearse cierto modelo de desarrollo en el sector.

Respecto a este último punto, existen diversas experiencias que han contado con la participación de las comunidades potenciando con su conocimiento no solo el redescubrimiento y significado de sus territorios sino anticipar ciertos impactos ambientales que ni el operador turístico, ni los visitantes, hubieran anticipado.



Existen por lo menos tres preguntas fundamentales en este punto: Las dinámicas e impactos que logran las políticas públicas en el circuito turístico y su influencia en el desarrollo de las poblaciones tras la llegada de operadores turísticos.

Cuáles son los modelos de participación que se han implementado para lograr la participación de la comunidad y cuáles son los modelos de turismo sostenible que se propone desde el sector.

PROBLEMÁTICAS COYUNTURALES DEL TURISMO

De otro lado, existen situaciones que ligan la coyuntura del país al turismo y por lo mismo atan a este a las discusiones que se están dando con mayor fuerza, las cuales tienen que ver con:

Turismo alimentario, gastronomía y patrimonio:

La difusión de la cultura gastronómica colombiana está directamente relacionada con el reconocimiento de las culturas tradicionales ricas en historia, cultura y en acopio gastronómico, este acumulado alimentario puede ser utilizado para el posicionamiento de la identidad cultural propia de cualquier región del país. Sin embargo, estas tradiciones han sido poco exploradas y mucho menos reconocidas.

Turismo y medio ambiente: El país enfrenta un gran riesgo respecto al modelo de desarrollo minero que ha prevalecido en los últimos gobiernos. Este modelo tiene por principio una explotación de los recursos naturales y de los territorios que no mide el impacto ambiental y social.

Turismo, conflicto armado y paz: El conflicto armado y el tratado de paz son temas de responsabilidad social centrales para definir las posibilidades que tiene el sector a partir de la desmovilización de los grupos insurgentes.

Turismo inclusivo y perspectiva de género:

El sector turístico tiene una alta participación femenina, lo cual es una ventaja en un país como Colombia en donde la mujer ha sido históricamente ubicada en situación de desventaja, sin embargo es necesario revisar las



condiciones particulares de esa dinámica, al tener presente los estudios que se vienen realizando por ONU Mujeres.

Estructura académica del evento

El encuentro de la Red de Investigación GHT, se concibió como una actividad académica que se desarrolló el día 21 de septiembre de 2016 de 8 am a 6 pm en la sede de la Corporación Universitaria UNITEC (Bogotá) bajo la presentación de ponencias, exposición de posters y la presencia de expertos.

La estructura académica del evento se desplegó en cuatro fases, tanto para la jornada de la mañana como la de la tarde:

Primera Fase

Esta fase hace referencia a la presentación del evento y la Red ante la comunidad académica y la conceptualización de las problemáticas iniciales del trabajo. En esta primera etapa se hizo una profundización de los referentes conceptuales y los ejes problemáticos expuestos en el presente documento.

Segunda Fase

La segunda fase hizo referencia a la contextualización (en tres espacios diferentes) y al reconocimiento de los proyectos de investigación de las iniciativas bajo las tres líneas propuestas en forma de ámbitos de conceptualización lideradas por un miembro activo de la Red.

Estos espacios es donde se articulan el desarrollo de las labores y los cuestionamientos antes expuestos orientados por la discusión en las líneas temáticas bajo la coordinación de las Instituciones de la Red que se presenta a continuación:

- La Gastronomía, y sus tendencias (desarrollos y aplicación en el sector productivo). Coordinado UNIMINUTO, apoyaron Los Libertadores, SENA y ASOCOLCHEF.

•Turismo, gastronomía, y cultura. Coordinó Fundación Universitaria Juan de Castellanos, apoyaron Fundación Universitaria San Mateo y UNITEC.

•Turismo y postconflicto. Coordinó UCMC, colaboró CUN.

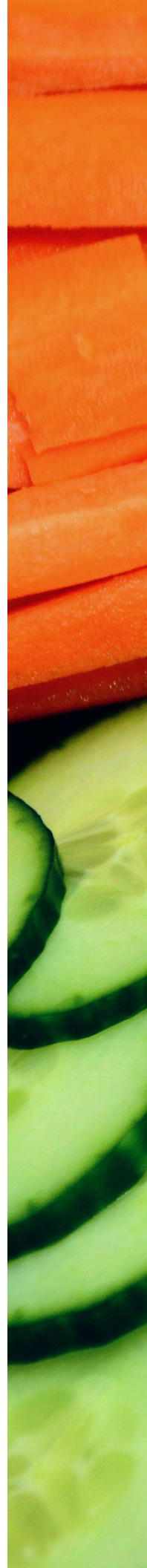
Las actividades se desplegaron en cuatro sitios distintos, cuya coordinación académica estuvo dirigida por una de las instituciones pertenecientes a la Red, como se presentó en el apartado anterior, coordinaciones que a su vez originaron un documento de contextualización por cada línea temática que respondió a cuestionamientos específicos.

Tercera Fase

Esta fase de apropiación social de conocimiento tuvo por función socializar los resultados de la discusión sostenida en cada ámbito, con el propósito de debatir las consideraciones con el público en general. El relator de cada uno de estos debates fue un miembro activo de la Red quien tomó nota atenta del desarrollo de la discusión.

Cuarta Fase

Se llevó a cabo un acto de generación de un mejor ambiente de relación y de consolidación al interior de la Red en el cual se socializaron los avances o procesos investigativos en un espacio común mediante la presentación de posters. Como resultado del proceso, se presentarán en los subsiguientes capítulos las cinco (5) ponencias mejor evaluadas y escogidas dentro de las dieciséis (16) que se sustentaron públicamente en el marco del evento.





OPORTUNIDAD DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL DESARROLLO RURAL DEL POSCONFLICTO COLOMBIANO

Jorge Alexander Mora

Introducción

La difícil geografía colombiana, y la escasa presencia del Estado en las áreas rurales por muchos años a los grupos alzados en armas como las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - FARC (Villegas & Rebolledo, 2018). El conflicto interno colombiano tuvo un impacto negativo, especialmente, en el desarrollo rural colombiano (Machado, 2017). Tal conflicto, generó un desplazamiento de aproximadamente cuatro millones de habitantes, entre 1999 y el 2013, afectando así el acceso a tierra y perjudicando a los pequeños productores agropecuarios (Arias, et al., 2014). Además, el conflicto interno en el país generó situaciones de pobreza en el campesinado; creando un entorno incapaz de brindar alternativas productivas mínimas para las comunidades rurales (Llanez et al., 2017).

Esta problemática impactó en mayor parte a las comunidades rurales, impidiendo desarrollar sus actividades económicas tradicionales (pecuarias y agropecuarias), así como otras alternativas. Luego de este conflicto, que tuvo lugar en el país por más de cinco décadas, se firmaron los acuerdos de paz en el año 2016 (Fernández, 2018). Con la firma de estos acuerdos, se origina a una coyuntura de posconflicto, teniendo en cuenta que cesaron las confrontaciones con las FARC. Por ende, el turismo en el posconflicto aparece como una actividad beneficiada (Esteban & Bonilla, 2017).

Los cambios que ha tenido el país en materia de paz han permitido que la actividad turística aparezca como una alternativa para el desarrollo de muchas comunidades rurales.

El turismo se ha establecido como una opción económica para que la población rural tenga una opción de ingresos adicionales. Este tipo de turismo se le conoce como turismo comunitario y ha ganado muchos adeptos en Colombia. Los turistas que demandan estas actividades son personas que, por lo general, habitan en entornos urbanos y buscan escapar del “estrés” que genera el ritmo de vida en las grandes ciudades (Varisco, 2016).

TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario es un concepto que aparece por primera vez en 1985, por Murphy, quien trata de describir la relación entre el turismo y las comunidades locales en vía de desarrollo (Guzmán & Cañizares, 2009).

Esta actividad, a pesar de desarrollarse en pequeña escala, es una fuente de ingresos importante en el desarrollo de una economía local. Para ello, es imprescindible articular a los diferentes agentes económicos (Guzmán & Cañizares, 2009). Esta articulación debe constituir prácticas en las que las asociaciones comunitarias logren una relación colectiva.

El turismo comunitario comprende el aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas, con oportunidades y capacidades que puedan transformar la realidad o el entorno en las comunidades involucradas.

El ecoturismo comunitario propone ampliar el alcance social del turismo, otorgando a las poblaciones locales, mayor responsabilidad en la gestión de su destino y el desarrollo del producto turístico (Parques Nacionales Naturales, 2009). Esta actividad anclada como un participante de turismo sostenible, debe dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico.

El turismo comunitario es una forma de desarrollo social, económico y cultural, que parece desafiar con éxito varias de los intereses del mundo actual

y responde como una alternativa a los modelos de desarrollo hegemónico (Vargas, Ocaña & Chaviano, 2017). Este tipo de turismo se fundamenta en el autoempleo y en generar beneficios para el desarrollo de la comunidad (Ruiz et al., 2008). Las comunidades que desarrollan actividades turísticas en el territorio, por lo

general están asociadas al concepto de turismo comunitario. No obstante, este tipo de turismo es un concepto que está en construcción, y es muy difícil brindar una definición holística.

LINEAMIENTOS DEL TURISMO COMUNITARIO

El Estado Colombiano reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación (Constitución Política de Colombia, 1991). De igual forma, el Código Ético Mundial para el Turismo - CEMT, plantea en el artículo 4, que las comunidades tienen derecho a la conservación del patrimonio, pero también adquieren obligaciones particulares (OMT, 2001). La actividad turística según la OMT, debe tener una participación equitativa con las comunidades, en cuanto a los beneficios económicos sociales y culturales que estos reciban, especialmente en la creación de empleo, directos e indirectos (OMT, 2001).

La legislación turística conforme al artículo 52, es una actividad a la cual todas las personas tienen derecho (Constitución Política de Colombia, 1991). En Colombia la entidad encargada de brindar las directrices en materia turística es el Ministerio de Comercio Industria y Turismo -MINCIT. Esta actividad tuvo su primera legislación sectorial, con la ley 300 de 1996 - Ley general de turismo, la cual está estructurada por trece principios (MINCIT, 1996). Esta ley ha tenido dos modificaciones, el decreto 1101 de 2006 y la ley 1558 establecida en el año 2012.

El turismo comunitario no tiene un lineamiento directo en la legislación turística, no obstante, por su particularidad se puede ver reflejado en dos de los principios de la ley 300 (MINCIT, 1996). Por un lado, la concertación estipula que las decisiones que afecten la actividad turística, serán de las diferentes entidades, para el logro de objetivos comunes que beneficien el turismo.



Las comunidades hacen parte del proceso turístico y serán tenidas en cuenta en los casos que se requiera, de acuerdo con el marco internacional de las Naciones Unidas (MINCIT, 2012A). Por otro lado, el turismo en la legislación colombiana debe fundamentarse en el desarrollo sostenible. Por ello, según la legislación turística nacional “el turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones” (MINCIT, 2012A).

El Plan Sectorial de Turismo - PST, el cual depende del Plan Nacional de Desarrollo, propicia algunas estrategias específicas en turismo comunitario. El PST busca una contribución a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades.

Considerando “un enfoque diferencial étnico y socioeconómico, que permita implementar estrategias de desarrollo” (MINCIT, 2014). El turismo comunitario como tal no tiene un epígrafe en la legislación turística.

No obstante, el artículo 16 de la ley 300, establece los lineamientos para fortalecer la competitividad turística, de tal forma que sea favorable en los aspectos sociales, culturales entre otros (MINCIT, 1996).

El MINCIT, a parte del PST, plantea algunas políticas de turismo, con el fin de definir los parámetros públicos para la actividad turística.

Entre estas iniciativas se destaca un documento preliminar denominado Lineamientos de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia, cuya última modificación fue realizada en julio de 2012 (MINCIT, 2012B).

Esta propuesta “encuentra una oportunidad de desarrollo en la organización de su comunidad o grupo social para la prestación de servicios y productos turísticos” (MINCIT, 2012B).

ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL DESARROLLO RURAL COLOMBIANO

A finales del siglo XX surge el término de nueva ruralidad, este concepto abarca el territorio y sus habitantes en el desarrollo de diferentes actividades, entre las cuales se destaca la agricultura, artesanías, industria, comercio servicios, minería, la extracción de los recursos naturales y el turismo (Pérez, 2001). Por otro lado Wilches indica que la nueva ruralidad es una revalorización de lo rural, entendida no como una “vuelta a lo rural” sino como un cambio de visión sobre lo rural (2000).

La nueva ruralidad evidencia las grandes transformaciones que ha tenido el territorio en el orden económico. Estos cambios en las regiones rurales han modificado la economía de los campesinos. La agricultura colombiana ha sido un eje estratégico en el desarrollo de los países, sin embargo.

En Colombia su desarrollo no ha sido favorable debido a que este sector depende del progreso de otros sectores de la economía (Perfetti et al., 2013). En el país la agricultura no ha sido muy prospera en los últimos años. Esto se evidencia en un estudio realizado por Fedesarrollo, allí se demuestra que el sector agrícola ha perdido participación en la economía del país (Perfetti et al., 2013).

Los campesinos se enfrentan a una limitación en el acceso de la tierra, debido a políticas agrícolas, y a la baja asignación de los recursos económicos, esto ha generado una disminución en el número de agricultores (Junguito, Perfetti & Becerra, 2014). A pesar que Colombia posee una gran riqueza rural, la agricultura y las actividades pecuarias, no han tenido un pleno desarrollo. Debido, a que los actores del conflicto interno detuvieron por muchos años las dinámicas del desarrollo rural.

En Colombia las actividades rurales han tenido una diversificación, con una inclinación hacia diferentes alternativas de ingresos no tradicionales. Algunas comunidades rurales han adoptado distintas actividades económicas, para diversificar los beneficios



económicos. De igual forma en el nuevo escenario de la paz, los turistas han incrementado su interés por practicar actividades en el territorio rural. Con el crecimiento desbordado de las urbes, los hombres que las habitan han incrementado su interés por el campo. Se ha generado una nueva mirada de la sociedad urbana y se ha generado una demanda del medio rural, con fines de ocio y turismo (Olmo, 2012).

Por ello, el territorio se denomina como un insumo principal para el desarrollo de las actividades turísticas, debido a que es allí, donde se vive la experiencia turística. En conclusión, el turismo representa un desplazamiento territorial, lo que implica un enriquecimiento cultural, con la idea de utilizar económicamente los recursos naturales y culturales (Laguna, 2006).

TURISMO Y POSCONFLICTO

Según la teoría del espacio, el turismo genera un desplazamiento, esto es evidente en la tesis de Leiper (1990), el territorio para esta investigación concibe como un lugar de origen y/o destino a donde se trasladan los visitantes. No obstante, algunos desplazamientos no son voluntarios y se hacen en contra de la voluntad de la población, como es el caso del desplazamiento forzoso.

Estos sucesos nefastos para la sociedad una vez han terminados despiertan el interés de algunas personas, y son considerados resultados de procesos de valorización social y pueden convertirse en atractivos turísticos (Almirón, 2004).

Algunos antecedentes demuestran que el turismo tiene un potencial turístico, en escenarios que estuvieron bajo un conflicto armado. El campo de concentración Sachsenhausen en Alemania, en el periodo comprendido entre 1936 y 1945 fue un escenario de víctimas de la segunda guerra mundial (Davis & Bowring, 2011). Incluso, después de esa guerra, fue un escenario de reclusión, allí condenaban presos políticos durante la guerra fría. Este escenario fue por muchos años un lugar destacado por ser un campo de concentración, aniquilación y reclusión; en la actualidad, es un centro de memoria y es un atractivo turístico.

En otros países emergentes como Camboya y Ruanda acontecieron sucesos, que han erigido monumentos de memoria de pos-genocidio, los cuales han atraído visitantes internacionales (Davis & Bowring, 2011).

Estos lugares se destacaron en algún momento de la historia por su conflicto; en la actualidad son destinos de alta afluencia turística. Esto se debe a que han logrado captar la atención de los turistas extranjeros, principalmente por las excursiones que organizan, donde mediante recorridos turísticos explican la historia del conflicto.

El turismo del posconflicto pretende en que la sociedad genere propuestas turísticas y de este modo puedan hacer resiliencia social y generar memoria (Causevic y Lynch 2011). Esta tipología de turismo más allá de verlo como una actividad económica, lo ve como un proceso que deben tener los destinos turísticos, para que las comunidades entierren y patrimonialicen el pasado (Esteban & Bonilla, 2017). En Colombia el binomio turismo y posconflicto es algo reciente y se ha abordado conceptualmente de forma incipiente.

MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación comprende elementos cualitativos, ya que realiza un proceso de análisis e interpretación de una realidad social. Esto permite realizar una descripción más específica acerca del objeto de estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Adicional, esta investigación es ideal para abordar las realidades sociales, ya que no solo pretende obtener datos cualitativos, sino también pretende tener una visión más precisa de los datos (Pérez, 2011).

En primera instancia se realizó una revisión literaria de los conceptos desarrollo rural, turismo comunitario y posconflicto en Colombia.

De igual forma examinó los aspectos legales del turismo comunitario, así como las iniciativas para el desarrollo rural. También se planteó abordar algunas nociones teóricas de diferentes autores, con el fin de obtener una conceptualización amplia del objeto de estudio. Por último, se realizó un análisis de dos destinos



turísticos que comprenden las siguientes características: turismo rural, posconflicto, iniciativas comunitarias y potencial para desarrollar un turismo de memoria.

El primer destino ha tenido un gran impulso por el gobierno, ubicado la Sierra de la Macarena en los Llanos Orientales, donde se puede apreciar uno de los ríos más bellos del mundo con el nombre de Caño Cristales (Betin, 2018).

El otro destino es el Sumapaz, considerado uno de los más grandes recursos hídricos de Colombia y el páramo más grande del mundo (Doria & Cardona, 2015). Ambos lugares turísticos son áreas protegidas por el sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia (Sánchez, 2018). En Caño Cristales se realizó una revisión documental de las investigaciones realizadas en materia turística.

En el Sumapaz se realizó en el año 2017 y 2018 un trabajo de campo con la comunidad local, allí se dialogó con los líderes de la comunidad; a través de entrevistas abiertas y semiestructuradas (Robertt & Lisdero, 2016).

El diálogo con los líderes comunitarios describe la posición la comunidad para el desarrollo del turismo y su gestión. Del mismo modo, este diálogo con la comunidad permitió reconocer las iniciativas turísticas de la población local.

RESULTADOS

La ausencia de políticas rurales en el país ha llevado a un desaprovechamiento del territorio rural y una concentración de estas propiedades por parte de unos pocos (Herrera, 2018). El posconflicto en Colombia no ha aportado positivamente al desarrollo rural apreciable, debido a la falta de incentivos y políticas (El Tiempo, 2018).

De igual forma, este sector ha perdido participación en la agenda pública. Incluso, las políticas económicas han discriminado el desarrollo rural, al tiempo que favorecen las actividades de las zonas urbanas (Junguito, Perfetti, & Becerra, 2014).

El gobierno, promueve el turismo en el posconflicto por medio de la campaña “seguro te va a encantar” liderada por el Ministerio del Posconflicto y el MINCIT; los departamentos donde se realiza esta iniciativa son:

Cauca, Santander, Cauca y Meta (Presidencia de la República, 2017). El gobierno de Colombia ha centrado la propuesta del turismo hacia un escenario de paz, de hecho, el PST (2014 - 2018) se denomina “Turismo para la

Construcción de la Paz (MINCIT, 2014). Del mismo modo el MINCIT en conjunto con la OMT acordaron desarrollar proyectos de infraestructura, con el fin de impulsar, apoyar y capacitar a los emprendedores turísticos en las comunidades ubicadas en los territorios de posconflicto bajo el programa de “Turismo y Paz” (Reportur, 2018).



Figura 1. Caño Cristales. Fuente: Semana Sostenible 2018.

CAÑO CRISTALES UN DESTINO TURÍSTICO DEL POSCONFLICTO	
CONFLICTO Y POSCONFLICTO	ESTA ACTUAL DEL TURISMO
La Macarena desde medianos del siglo XX, fue un escenario del conflicto armado, hoy en día se ha logrado una construcción social bajo políticas de Estado y acciones comunitarias (González, 2017). En esta región oriental de Colombia existe actualmente, un proceso de posconflicto, esto se ha logrado por medio una justicia, sustentada en discernimientos normativos campesinos, entre los que se puede destacar los comités comunitario, así como las iniciativas gubernamentales (Menéndez, 2015).	Muchos turistas visitan este gran atractivo, y es considerado un escenario ideal para que la comunidad de la Macarena, puede generar la memoria del conflicto y convertirla en patrimonio e historia (Esteban & Bonilla, 2017). Este destino turístico lleva alrededor de 10 años sin el flagelo de la guerra, lo que ha permitido el desarrollo de la actividad turística, gestionada en mayor parte por la comunidad. Del mismo modo se posiciona en Colombia como un destino turístico insignia del posconflicto (Presidencia de la República, 2017).

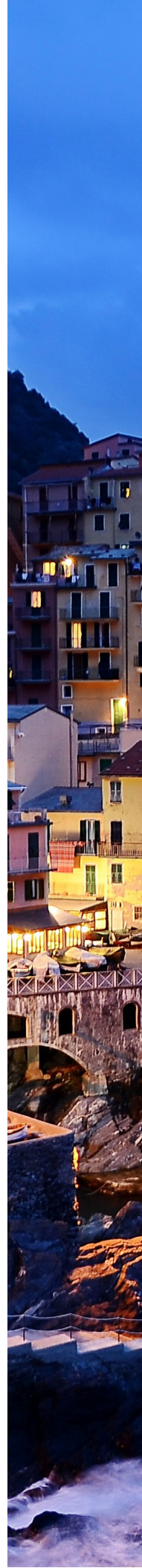


Figura 2. Páramo Sumapaz. Fuente: Jorge Alexander Mora, 2018.

PÁRAMO DEL SUMAPAZ UN DESTINO TURÍSTICO DEL POSCONFLICTO	
CONFLICTO Y POSCONFLICTO	ESTA ACTUAL DEL TURISMO
El páramo del Sumapaz por mucho conservó el papel de guerra, y fue un territorio clave para la guerrilla de las FARC (Martínez, 2016). El conflicto interno del país, donde la región del Sumapaz era un lugar clave, para la movilización de tropas (Pineda, 2016). El páramo más grande del mundo, ubicado en Bogotá en la localidad rural del Sumapaz, fue un escenario de conflicto, incluso era llamado zona roja (Doria & Cardona, 2015). Este lugar hoy en día está libre del conflicto y en parte se debió a la rebelión campesina (Pineda, 2016). Actual	Los habitantes de esta región están por el fin del conflicto en la zona, lo que no esperaban es la cantidad desmedida de turista que transitan por senderos naturales (Semana Rural, 2017) Luego del fin del conflicto en esta zona, se ha incrementado el número de visitantes, quienes buscan principalmente realizar turismo ecológico, esto ha cambiado las formas de ver el territorio natural (Higuera 2018). No obstante, las caminatas ecológicas de índole turístico, están restringidas para evitar el deterioro de los recursos naturales (Sánchez, 2018)

Los líderes comunitarios del Sumapaz indican que la comunidad ha tenido una transformación constante, donde el turismo ha adquirido un papel importante en el desarrollo económico y social de la comunidad. No obstante, también genera una preocupación teniendo en cuenta que muchos de los turistas, han llegado desde el 2016 y en algunas ocasiones no existe control alguno. A pesar de que el turismo aporta económicamente al desarrollo de la comunidad; su participación es muy baja. En la mayoría de los casos quienes llegan a hacer turismo a este lugar, lo hacen por medio de agencia de viajes, y son pocas las comunidades que se han apropiado del turismo.

La comunidad expresa su preocupación, debido a que el turismo descontrolado ha aparecido como una práctica destructora para el paisaje natural.



CONCLUSIONES

Es evidente que el turismo adquiere una mayor participación en la economía nacional y que su proyección es bastante alentadora en materia económica.

El turismo adquiere una mayor importancia para la economía del país, desde que se firmó la paz, esta actividad y se ha convertido en la apuesta principal para la economía nacional (Brida et al., 2016). Es por ello que el gobierno debería proponer más acciones para fomentar las prácticas del turismo comunitario en el país.

El posconflicto colombiano ha generado una gran oportunidad, para que las comunidades rurales construyan memoria y se genere una dinámica turística. Es evidente que el gobierno ha generado iniciativas en esta materia.

Por esta razón las comunidades tienen la oportunidad de diseñar productos turísticos basados en la memoria del conflicto. De este modo se puede alcanzar un desarrollo turístico exitoso en el posconflicto colombiano. Tal como se ha evidenciado en otros países que estuvieron bajo este flagelo, como ese el caso de Alemania, Camboya y Ruanda.

A pesar que los destinos turísticos naturales se han visto beneficiados económicamente por los turistas que llegan a estas zonas rurales.

El desarrollo rural en Colombia ha pasado desapercibido en los ámbitos políticos, de hecho, cada vez es más evidente que esta actividad no ha sido una prioridad para las políticas nacionales. En síntesis, las comunidades rurales tienen la opción para proponer actividades turísticas, sin descuidar las actividades agropecuarias y de agricultura; ya que estas dos actividades se pueden alternar.

El turismo rural comunitario es una oportunidad para que los habitantes de las zonas rurales generen diferentes alternativas de sustento económico.

Debido, a que el turismo en la actual coyuntura económica aparece como un sector protagonista y su crecimiento es bastante prometedor.

Existen muchas oportunidades de implementar actividades de turismo comunitario en un proceso de posconflicto. Incluso, esta actividad puede ser una opción para las personas que están retornando a su lugar de origen de acuerdo con el plan de la Unidad de Restitución de Tierras (2016).

El turismo en Colombia, se está consolidando una alternativa para el desarrollo del país, y está en vía de constituirse como un sector sólido de la economía. Sin embargo, este crecimiento debe ser sostenible, en lo social, cultural, económico y ambiental. El turismo en comunidades rurales, representa una oportunidad de desarrollo. Por ello, es importante generar lineamientos e iniciativas para que las comunidades rurales puedan implementar actividades turísticas.

REFERENCIAS

Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. GEOUSP: Espaço e Tempo (Online), (16), 166-180.

Arias, M. A., Camacho, A., Ibáñez, A. M., Mejía, D., & Rodríguez, C. (2014). Costos económicos y sociales del conflicto en Colombia: ¿cómo construir un posconflicto sostenible?. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.

Betin, S. S. M. (2018). Ecoturismo: del postconflicto a oportunidades económicas. Mercatec, (53).

Brida, J. G., Rodríguez-Brindis, M. A., Mejía-Alzate, M. L., & Zapata-Aguirre, S. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo-CST. Revista de estudios regionales, (109).

Causevic, S., & Lynch, P. (2011). Phoenix tourism: Post-conflict tourism role. Annals of Tourism Research, 38(3), 780-800.

Constitución Política de Colombia. (1991). Recuperado el 01 de 09 de 2017, de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-52>

Davis, S., & Bowring, J. (2011). Connecting with tragedy through landscapes of memory: memorial design, tourism, and the post-genocide memoryscapes of Cambodia, Rwanda, and Germany. The Memory Waka .

Doria, R. B., & Cardona, M. (2015). Turismo comunitario, como estrategia para el empoderamiento comunitario en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz, zona rural. Bogotá DC. Revista Teoría y Praxis Investigativa, 9(2), 94-114.

Esteban, N. R. R., & Bonilla, J. (2017). Turismo y Posconflicto en el municipio de la Macarena, Meta-Colombia. RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, 7(1), 114-134.

Fernández, F. V. (2018). El conflicto de Colombia y los Acuerdos de Paz en perspectiva internacional.

EDICIONES DOCTRINA Y LEY LTDA.

González, K. M. (2017). Construcción de paz en escenarios de violencia intracomunitaria. Estudio de caso Sierra de la Macarena (Meta-Colombia). Estudios Políticos, (51), 196-217.

Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. un estudio de caso en El Salvador1. revesco: Revista de estudios cooperativos, (99), 85.



Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. P. (2010). Los métodos mixtos. Metodología de la investigación. 5th ed. México: Mc Graw Hill, 544-601.

Herrera Guzmán, A. (2018). Las políticas públicas como alternativa estructural para el desarrollo rural solidario y el posconflicto colombiano. Revista De La Universidad De La Salle, (74), 72-100

Higuera Ortiz, A. C. (2018). Protegiendo lo natural: Centro de visitantes en Páramos para Parques Nacionales de Colombia.

Ibáñez, A., & Rodríguez, C. (2014). Costos económicos y sociales del conflicto en Colombia¿ Cómo construir un posconflicto sostenible? Bogotá, D.C.: Kimpres Ltda.

Junguito, R., Perfetti, J. J., & Becerra, A. (2014). Desarrollo de la agricultura colombiana.

Laguna Arias, D. (2006). El espacio del turismo . Alteridades, 119-129.

Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. Annals of tourism research, 17(3), 367-384.

Llenez -Anaya, H. F., Yomayuza-Bastidas, F. G., Cuellar-Díaz, L. A., & Muñoz-Fajardo, F. A. (2017). Análisis de la construcción de paz en Colombia: una aproximación desde la institucionalidad rural, la planeación económica y el reto de los bienes públicos. Documentos de Docencia, 3.

Machado, A. (2017). El problema de la tierra: Conflicto y desarrollo en Colombia. TAURUS. Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Organización Internacional del Trabajo.

Martínez, V. B. (2016). Extractivismos y postconflicto en Colombia: retos para la paz territorial. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Geografía.

MINCIT. (1996). Ley 300 de 1996. Obtenido de: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=68954&name=ley_300_de_1996.pdf&prefijo=file

MINCIT. (2012A). Ley 1558 de 2012. Obtenido de: www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley_1558_2012.pdf&prefijo=file

MINCIT. (2012B). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia. Obtenido de: www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/v/4632-lineamiento

_de politica para el desarrollo del turismo comunitario en de la investigación sociológica: reflexiones críticas de nuestras prácticas de investigación. Sociologías, 18(41).

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. D. (2008). Turismo Reportur. (18 de 01 de 2018) Obtenido de <https://www.reportur.com/colombia/2018/01/18/omt-le-apuesta-al-turismo-las-zonas-posconflicto-colombia/>

Robertt, P., & Lisdero, P. (2016). Epistemología y metodología comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism. desde la comunidad. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(3).

Sánchez, M. M. (2018). Colombia en posconflicto:¿ turismo para la paz o paz para el turismo?. Araucaria, 20(39).

Semana Rural. (2017). ¿Oportunidad o riesgo? Los desafíos del turismo en el posconflicto. Semana Rural.

Semana Sostenible. (2016). Los Parques Nacionales más bonitos de Colombia. Obtenido de <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/galeria/parques-nacionales-naturales-mas-bonitos-de-colombia/36454>

Unidad de Restitución de Tierras (2016). Unidad de Restitución de Tierras. Obtenido de Unidad de Restitución de Tierras: <https://www.restituciondetierras.gov.co/inicio>

Vargas, M. V. R., Ocaña, Á. F. O., & Chaviano, E. L. M. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. REVESCO: Revista de estudios cooperativos, (123), 250-275.

Varisco, C. A. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. PASOS, Vol. 14 No. Págs. 153-167.

Villegas, M. G., & Rebolledo, J. R. (2018). La construcción del Estado local en Colombia. Análisis Político, 31(92), 68-95

Wilches, L. A. (2000). El nuevo rol de lo rural. Seminario internacional: La nueva ruralidad en América Latina. Bogotá.





EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA FELICIDAD DE LOS ANFITRIONES DE GÜICÁN DE LA SIERRA**

Yarleidy Lorena Salazar Toro
Kimberly Ginneeth Agudelo Rodríguez
Andrés Cubides Ardila

El presente artículo relaciona el concepto de felicidad a partir de autores como Richad Layard (2008) en la economía de la felicidad aportando a la perspectiva económica, Ruut Veenhoven (2005) en “lo que sabemos sobre felicidad” desde el ámbito social, Nick Marks (2012) y su teoría del índice de planeta feliz conocido en el mundo de la investigación por cuantificar este estado y por último Jeroen Nawjin (2012) estudioso del tema viajes, ocio y felicidad.

Las visiones conceptuales son tomadas para poder tener un acercamiento de la influencia o al menos los parámetros que cada autor plantea para llegar a la felicidad, lo anterior tiene como objeto de estudio a los anfitriones, prestadores de servicios turísticos del Municipio de Güicán de la Sierra en el Departamento de Boyacá.

con el fin de realizar un aporte teórico al sector turístico ya que al menos no se ha reconocido esta perspectiva de felicidad desde quienes ofrecen el servicio, por tanto, ha llevado al equipo investigador a emplear una metodología cualitativa, desde diversas perspectivas teniendo en cuenta los autores Juan Manuel Delgado, Juan Gutiérrez y Uwe Flick, es necesario mencionar que los adelantos investigativos en el tema son bajos, lo que dificulta el establecimiento de las variables definitivas para la evaluación de la teoría.

El documento presenta el marco conceptual y referencial aportando al objeto de estudio que aborda el desarrollo de la investigación, a continuación los objetivos que permiten mostrar las razones y las metas que se lograron, consecutivamente la metodología que recolecta los datos como sustento a la investigación y por último los resultados obtenidos de acuerdo con el trabajo que se implementó en el Municipio de Güicán con sus respectivas conclusiones.

**Un trabajo previo de este documento se encuentra en: Diagnóstico de formalidad e informalidad de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Güicán de la Sierra, Boyacá. Pensamiento Universitario, Boletín 39, pp. 65-71

PROBLEMÁTICA

Hablar de felicidad puede resultar fácil para el ser humano, pensar en lo que lo hace feliz o infeliz suele ser un interrogante que quizá a diario se presenta respondiendo con situaciones u objetos materiales, sin embargo, al realizar una revisión bibliográfica, el lector se encuentra con infinidad de autores y visiones que tratan la felicidad desde una perspectiva distinta, algunos desde el ámbito filosófico, económico, psicológico y otros conjugando todas o algunas de estas visiones; la palabra "Felicidad" parece que se ha convertido en un verdadero reto para los seres humanos.

Ese sentimiento, estado o sensación que parece nunca pasar de moda se analiza con el turismo, pues la mayoría de los autores la relacionan con las experiencias que posee una persona antes, durante y después de su viaje, pero ¿qué sucede con los anfitriones del turismo?, ¿Por qué la mayoría de investigaciones se centran en lo que sienten los turistas y no los anfitriones?

Al menos no se ha reconocido esta perspectiva de felicidad desde quienes ofrecen el servicio, por tanto como pregunta principal de investigación surge: ¿Cuáles son los factores de la actividad turística que influyen en la felicidad de los prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del Municipio Güicán de la Sierra, Boyacá?, teniendo en cuenta que Güicán cuenta con dos características importantes: Contiene un atractivo icono, una población local es la encargada de la operación del turismo en su territorio.

MARCO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

La literatura existente ha encontrado una fuerte relación entre las actividades que realizan las personas durante sus viajes, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros, se puede inferir que la actividad turística tiene de por medio otro tipo de motivaciones, no obstante, no son ellos los únicos actores que se desenvuelven en el campo, lo local juega un papel muy importante dentro de la actividad turística, no solo como residentes y receptores sino como anfitriones. A partir de definiciones simples se pueden clarificar estas dos

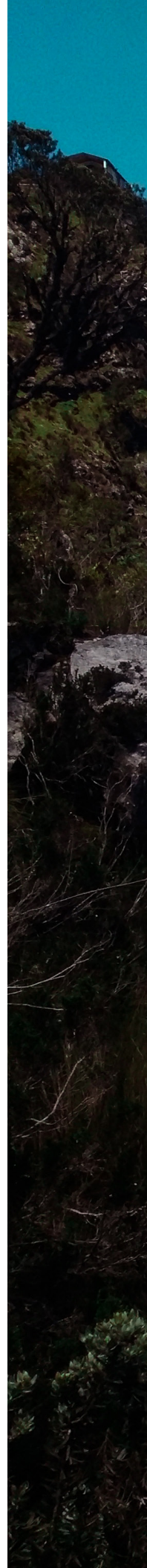
palabras que en ocasiones llegan a considerarse sinónimos: Receptor, como aquel que recibe, toma lo que le dan o envían y no interfiere activamente. Anfitrión, aquel que convida a su mesa y comparte. (De Toro, 1968, p. 875; p. 65).

Las definiciones de esos dos conceptos tan utilizados que parecen no tomar relevancia, una población llamada receptora se convierte en un grupo de personas que reciben convirtiéndose en un grupo aislado, por otro lado, los anfitriones que han sido concertados y están de acuerdo con su qué hacer en la actividad turística, por tanto es importante que: La comunidad local perciba y reciba beneficios de la actividad turística.

Por ello y de cara a evitar conflictos entre los dos grupos de población –residentes y visitantes– en la utilización de los recursos locales, es esencial dar la oportunidad a los residentes de participar y decidir sobre la planificación y desarrollo de la actividad en su lugar de residencia habitual. De esta manera, la comunidad local tendrá expectativas realistas sobre lo que puede esperar y se sentirá más motivada para proteger su entorno cultural y natural. (MINCIT, 2012, p. 8)

Con lo anterior se está viendo reflejado como esa participación, satisfacción e inclusión de los anfitriones se convierte en paso obligado para que la actividad turística prospere en determinado territorio, es decir, los anfitriones no sólo serán aquellos que oferten el destino, sino que al sentirse parte de un proceso se convertirán en guardianes de sus propios recursos.

La felicidad y el buen vivir se han convertido en pilar o meta fundamental del ser humano y no como un tema subjetivo e individual, sino como una meta colectiva de un país o comunidad, sin embargo, el término es tan complejo y necesario que se ha convertido en tema de estudio desde diferentes perspectivas, su complejidad no puede verse desde una sola sino que requiere de muchas disciplinas para conformar, un término inquietante y bastante discutido por diferentes autores de disciplinas exactas e inexactas, un término que parece nunca tener fin.



La psicología positiva ha realizado unos aportes significativos intentando explicar la felicidad del ser humano pero no ha tenido en cuenta algunas perspectivas de otras ciencias que se han convertido en determinantes para Para abrir más el panorama del concepto de felicidad el siguiente aspecto a considerar es la felicidad en el ámbito laboral. Mucho se ha investigado acerca del tema de ¿qué tan feliz se siente en el trabajo? Tanto así que se desarrollan encuestas a nivel mundial o continental que ocupan a ciertos investigadores en el tema, uno de ellos es Nic Marks quizás mejor conocido por su trabajo pionero en el índice de planeta feliz, cuentas nacionales de bienestar y autor de los libros: "Happiness Manifesto" y "Five Ways to Wellbeing" estadísticas que se utilizan ampliamente en las instituciones de salud y educación, así como dentro de la política gubernamental.

El trabajo investigativo de Marks en felicidad y el bienestar es de renombre mundial por su metodología, caracterizada por mezclar la estadística aplicada a tierra y su interés por determinar qué tan feliz es un país con respecto a su calidad de vida, este autor, menciona que existen cinco maneras de alcanzar el bienestar y así llegar directamente a la felicidad:

conectarse: con la gente que le rodea; ser activo: caminar o correr, salir, viajar en bicicleta, jugar, ir al jardín, bailar, los ejercicios hacen sentir mejor; prestar atención: ser curioso, mirar lo hermoso; seguir aprendiendo: intentar algo nuevo; dar: hacer algo bonito por un amigo, o un extraño (Marks, 2012).

Por último existe la necesidad de relacionar la felicidad con el turismo, y para esto es necesario mencionar que no existen grandes y demasiados estudios acerca del tema, inicialmente se cuentan con aproximaciones, como la de Ryan Howell (2011) quien defiende su postura en invertir tiempo y dinero en experiencias más que en cosas materiales pues lo primero complementan más que lo segundo, estos estudios están centrados hacia el sentir del turista, por otro lado, Kai Liu (2013) asume varias visiones que soportan que el gusto de algunas personas por invertir más que dinero, es decir, su tiempo en actividades de ocio y recreación ya determinan la felicidad por cierta cantidad de tiempo.

El holandés Jeroen Nawjin en su investigación "Ocio, viajes y turismo" se encarga de mostrar un amplio panorama acerca de la investigación científica en el tema de la felicidad, permitiéndole definir felicidad y turismo de la siguiente manera:

Específicamente se direcciona el componente de los viajes, algunos estudios han examinado la correlación con la felicidad, los viajes no representan en sí una felicidad. Encuentro una baja pero positiva correlación entre los viajes y la felicidad. Sus estudios los confirman con autores como Gillbert y Abdullah & Neal y Sirgy quienes también concluyen que los viajes son una influencia positiva en sentido del bienestar de los turistas. Por otro lado, no existen estudios sobre las consecuencias positivas durante el viaje. Por ejemplo, el alto estrés en el trabajo es una causa al retornar al trabajo en donde se encuentra más labores comparado con el de las pre-vacaciones. (2012, p. 93)

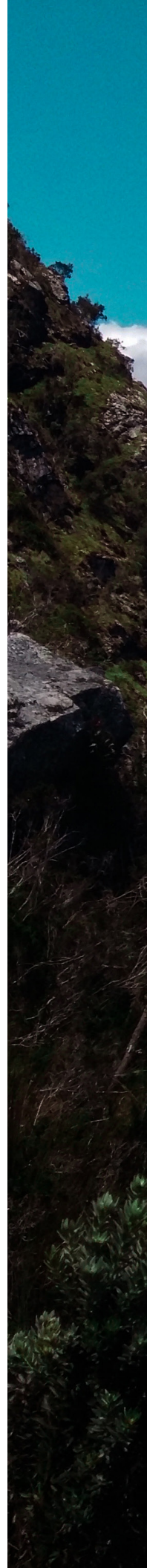
Felicidad y turismo pueden verse desde muchos ámbitos, pero los cuatro anteriormente mencionados (Económico, sociológico, laboral y de viajes) son los que se tienen en cuenta para el desarrollo de la investigación.

OBJETIVOS GENERALES

Reconocer los factores de la actividad turística que influyen en la felicidad de los anfitriones prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del Municipio de Güicán de la Sierra - Boyacá.

ESPECÍFICOS

- Elaborar una conceptualización sobre la felicidad y su relación con el turismo.
- Caracterizar a los anfitriones prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del Municipio de Güicán de la Sierra - Boyacá.



•Determinar los factores turísticos que contribuyen a la felicidad de los prestadores de servicios ubicados en el casco urbano del Municipio de Güicán de la Sierra – Boyacá.

MATERIALES Y MÉTODOS

Las perspectivas empleadas para el desarrollo del presente proyecto son estrictamente cualitativas, considerando no solo la subjetividad del contexto de la investigación siendo esta la influencia del turismo en la felicidad de los

Prestadores de servicios turísticos, ubicados en el casco urbano del Municipio de Güicán de la Sierra – Boyacá; sino también, la interacción con la población sujeto de estudio, que permite una recolección de datos descriptivos y característicos.

Otro rasgo de la investigación es descubrir lo que sucede en la situación determinada (García, 2009), continuamente, se establecen dos variables cualitativas de medición nominal entre las cuales no existe relación de jerarquía: Felicidad y actividad turística que se relacionan con el tema global de la investigación por una parte, la variable: felicidad permitirá estructurar diferentes aspectos que contribuyen a tan mencionado tema, según los autores relacionados en el marco teórico, quienes manifiestan que aspectos de ámbito económico, laboral, social y emocional influyen de una u otra manera en la felicidad.

Por otro lado, la variable: Actividad Turística, está compuesta por dos variables dependientes, oferta y servicios complementarios, cuyo análisis, permitirá dar paso a la caracterización de los prestadores de servicios turísticos, planteada en el segundo objetivo específico de la investigación y evidenciada en el análisis de los resultados, conviene subrayar que esta información es referenciada desde los resultados presentados por el semillero de investigación Muluy – Gestión Integral del Turismo, de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y profundizada en campo.

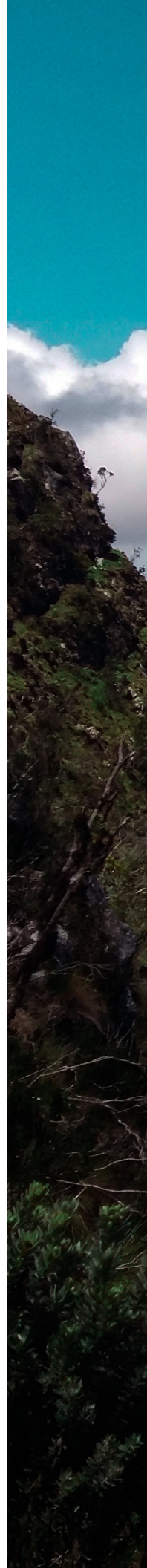
En cuanto a la recolección inicial de los datos se proponen dos instrumentos: en primer lugar es necesaria la recolección de información de fuentes secundarias sobre estudios realizados en turismo y felicidad, para poder llevar a cabo el primer objetivo de la investigación, en este punto se hace evidente la falta de información en el tema y la relación de la felicidad con los prestadores de servicios turísticos, pues la información hallada hace referencia exclusivamente a la felicidad afín con los viajes y los turistas, pero no se registra información específica sobre los anfitriones del turismo; en segundo lugar se propone el uso de entrevistas semi – estructuradas a la comunidad prestadora de servicios del Municipio de Güicán.

Esta entrevista está distribuida en 4 fases, en la primera se hacen preguntas referentes a datos generales sobre la actividad turística en el municipio y desarrollo de la actividad; en una segunda fase se pregunta sobre su composición familiar, la historia de cómo llega o si es del municipio y su rol ocupacional en la actividad, para la tercera fase se tiene en cuenta los cambios evolutivos que ha tenido en la prestación de la actividad turística y cómo ha influido en su permanencia en el sector y por último se plantea cómo proyecta su futuro frente a la actividad y cuáles son sus motivaciones para continuar en la misma.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN TURISMO Y FELICIDAD

A continuación, se presenta la definición propuesta por los investigadores, como resultado del primer objetivo, teniendo en cuenta esas similitudes entre los postulados teóricos y las perspectivas de los anfitriones (fuentes primarias) de la actividad turística en Güicán de la Sierra: “Felicidad y turismo son fenómenos totalmente compatibles y sociales.

La actividad turística guarda una estrecha relación con la felicidad de los anfitriones del turismo en Güicán de la Sierra siempre y cuando la actividad se realice en principio por gusto propio, así fue relacionado por la población, es de periodos especialmente cortos pero no están condicionados por estacionalidades de la actividad turística sino por la disciplinariedad del término de felicidad, es decir, no se condiciona solo por las actividades



laborales que se desempeñan sino por el contrario se tiene una multiplicidad de factores que influyen en la declaración de los niveles de felicidad, como bien es mencionado por Silvina, "hay periodos en donde el ser se siente feliz, sin embargo, existen otros momentos que contribuyen a no determinar la felicidad totalmente".

Se rescata que esa actividad contribuye al status de los anfitriones de dos maneras: una positiva vista desde la multiplicación del reconocimiento por parte del turista y el aprendizaje mutuo durante la prestación del servicio como bien lo asegura , y de manera negativa mencionado por Edwin Valbuena , en cuanto a la agilidad de deterioración de los recursos naturales del municipio, como por ejemplo el atractivo icono como la Sierra Nevada, (cualidad asignada por la población local hacia los anfitriones de la actividad turística).

Por otro lado, es importante el equilibrio entre la gobernanza y la gobernabilidad del territorio, generando una mayor participación de los anfitriones en cuanto al establecimiento de estrategias para la atracción y manejo de la actividad turística hacia el municipio, característica mencionada por la mayoría de guías y hoteleros entrevistados a la hora de estipular los servicios que desean ofrecer y apoyos desde lo gubernamental para la prosperidad de la actividad.

Las creencias e ideologías, el cuidado de la naturaleza y el ambiente laboral interno y externo son factores que contribuyen directamente hacia ese alcance de la felicidad es necesario que estos tres se encuentren en armonía cualquiera que sea, es decir, pueden existir los tres simultáneamente o sólo una, eso dependerá de las motivaciones y de sus pensamientos, este apartado tomado a partir de la observación en campo en interacción misma con los anfitriones del lugar.

CARACTERIZACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS, RECURSOS Y FACILIDADES TURÍSTICAS

- 1- Duñas del Hotel Guacaní
- 2- Dioselina Leal
- 3- Guía de alta montaña hacia el nevado

TURÍSTICAS

Se realiza un mapa tipo corema del municipio relacionado a continuación con la intención realizar una caracterización de la actividad turística y su dinámica en el municipio de Güicán de la Sierra, Boyacá, la reflexión es de autoría propia y se construye a partir de las percepciones de trabajo de campo.



Ilustración No. 1. Corema anfitriones
Convenciones Corema- Fuente: propia

ANFITRIONES DEL TURISMO GUICÁN DE LA SIERRA

La actividad turística es un fenómeno social y debe considerar todos sus actores de forma holística, con pertinencia en la investigación el presente corema simboliza dicha interacción, en primer lugar, se representa la Sierra Nevada del Cocuy, Güicán y Chita, este es uno de los atractivos más importantes del municipio, pues en primer lugar conlleva a la concentración de turistas (ondas amarillas), lo que genera empleo a los tour - operadores localizados en este municipio, de la misma forma es para la población local un recurso natural sagrado e importante para la vida, teniendo en cuenta su significado indígena.

Es necesario mencionar la importancia de la Sierra Nevada para los diferentes actores que allí interactúan, pues, se deben tener en cuenta los impactos que del turismo se han derivado, como la explotación desenfrenada de visitantes, lo que ha generado el deterioro acelerado de este atractivo, se han dejado de lado otros recursos como el Peñón de la Gloria o Peñón de los

Muertos, Petroglifos de Malpaso, entre otros, recursos que pueden dinamizar la oferta y la demanda del municipio.

Los hoteles referenciados son aquellos que se lograron identificar en las salidas de campo y con apoyo de la población, de la misma forma se relacionan establecimientos de artesanías, servicio de transporte que representan conexiones nacionales o intermunicipales (se debe tener en cuenta la tasa de informalidad que este servicio representa) y guías de turismo que se identifican de dos tipos en primer lugar los residentes allí y una población flotante, que solo llegan en temporadas altas para ofrecer sus servicios.

Cabe resaltar aspectos importantes de la actividad turística que se han desarrollado dentro del territorio, principalmente, se destaca que la actividad está dirigida esencialmente por los habitantes del municipio, se ha impulsado la recuperación de tradiciones y aspectos culturales por medio del turismo, al tiempo que se motiva la apropiación del patrimonio tanto natural como cultura.

LOS FACTORES TURÍSTICOS

Los factores turísticos indirectos serían los que contribuyen a la felicidad de los anfitriones en gran medida puesto que responden a la satisfacción de la población local y sus necesidades básicas.

El transporte y su desarrollo contribuyen a la felicidad de los anfitriones, pues cuentan con conexiones nacionales e intermunicipales que facilitan su necesidad de desplazamiento, utilizando dentro del municipio otros medios como la bicicleta, los carros particulares o los lecheros.

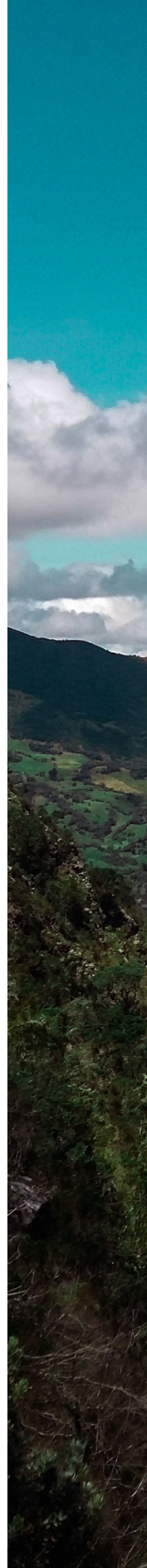
Las redes de comunicación en el municipio son desarrolladas con las mínimas condiciones, cuentan con servicio telefónico fijo y móvil y servicio de internet un poco más limitada la señal pues abarca lo que es el casco urbano, pero no las zonas rurales, es decir que este factor habría que trabajar para tener una cobertura total, sin embargo, esto depende de la necesidad de los anfitriones por este servicio.

Industrias conexas que prestan servicio de agua, alcantarillado, gas, energía tienen cobertura en principalmente en el casco urbano y algunas veredas.

En cuanto a la economía del municipio los ingresos generados por la actividad en términos generales contribuyen a la felicidad, pero no son el principal motivo de esta, pues estos ingresos no representan la totalidad del sustento, sino que se apoyan en otras actividades, es decir no realizan la actividad por obligación ni por falta de oportunidades sino por tradición familiar o por gusto hacía la actividad turística.

Por otro lado, están los factores turísticos directos que aportan a esa felicidad como:

- El atractivo icono del lugar, como la Sierra Nevada es una de las principales fuentes de felicidad para los anfitriones, pues ven en este, no sólo una importancia para el desarrollo de la actividad, sino que esto lleva un significado más cultural y de importancia para la vida misma.
- La idiosincrasia en la conservación de la madre tierra y a su vez la existencia de un ser supremo, esta última con aportes católicos, se incluyen aspectos espirituales como contribuyentes a esa felicidad, dentro de esos se encuentra como se menciona anteriormente el Nevado, La morenita de Güicán y la tradición indígena.
- El desarrollo de la actividad por ellos mismos es otro factor que incide en la felicidad, pues se sienten con el suficiente grado de autonomía para decidir sobre las actividades a desarrollar, sin embargo, se resalta que es importante mejorar la comunicación entre los diferentes tour operadores, ya que es de vital importancia que se estandarice y se lleve una buena relación laboral interna y externa es decir entre trabajadores y la competencia.
- Realizar por iniciativa propia la actividad turística es un factor de felicidad en el turismo, porque a partir de ello se empiezan a relacionar todas las ventajas que trae consigo la actividad y su desempeño en la misma, dentro de esto se puede incluir que se desarrollan habilidades como ampliación del léxico,



conocimientos de otras culturas a partir de la interacción entre turistas extranjeros y los anfitriones.

- Es más importante ser feliz en el trabajo, sentirse a gusto por lo que se realiza porque así se compromete más para el mejoramiento de la actividad.

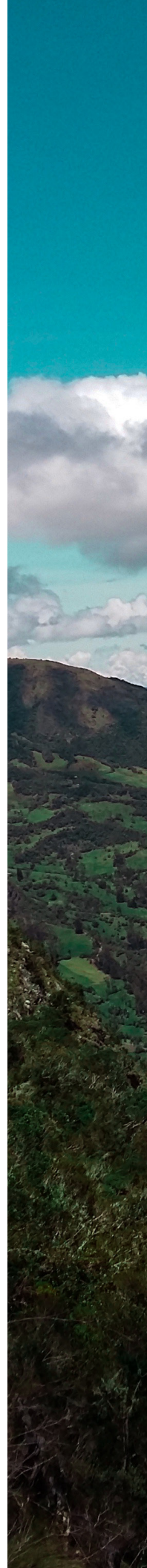
El turismo contribuye a la felicidad de sus anfitriones, por todo lo anteriormente descrito y esto se da sólo si se cumplen condiciones de inclusión e interacción de sus actores (turistas- anfitriones), es decir, una vez más se aporta a que los anfitriones juegan un papel importante dentro de la actividad, tanto guías como prestadores de alojamiento, artesanos, transportadores mantienen un vínculo con sus recursos naturales y culturales independientemente del ingreso que esta actividad les genere, es por iniciativa propia que desean mostrar sus recursos pero con la connotación de sostenibilidad, no explotar, no acabar los recursos.

naturales y culturales independientemente del ingreso que esta actividad les genere, es por iniciativa propia que desean mostrar sus recursos pero con la connotación de sostenibilidad, no explotar, no acabar los recursos. Por último, la felicidad como lo mencionaba Layard (2008) y Veenhoven (2005) no puede estudiarse en un solo campo, para definir el término es necesario tener en cuenta las diferentes dimensiones que el sujeto disponga y por lo mismo no es posible estandarizar ni generalizar algunos pasos para ser feliz, puesto que dependerá del tiempo y espacio en el que se encuentre el sujeto para definirse feliz o no.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones generales del tema central:

- Esta investigación ha arrojado preguntas que la comunidad científica debe resolver si pretende encontrar el verdadero papel de un anfitrión en la actividad turística.
- Los futuros estudios deberían concentrar sus esfuerzos en abordar temas desde y para los anfitriones, así mismo, identificar regiones con otros grados de desarrollo turístico.
- La felicidad no puede verse como un todo pues es considerado un propósito de vida, pero no un estilo de vida, puesto que está constituida por momentos de satisfacción y momentos de desolación y la felicidad se encuentra entre el equilibrio de estos dos.
- El empleo es un aspecto determinante para la felicidad, sin embargo, no por los ingresos económicos que genere la actividad turística sino por la motivación que impulsa a los anfitriones a desarrollarse en el mismo.
- La felicidad es un tema subjetivo y dependerá del espacio y del tiempo en el que se encuentre el sujeto, a partir de ciertas características el anfitrión puede definir su felicidad y filosofía de vida, pero esta puede variar de acuerdo con acontecimientos que marquen su vida.
- El aspecto ecológico, para el municipio de Güicán es un factor determinante, puesto que la mayoría de los anfitriones ven a diario el deterioro de la Sierra Nevada y las consecuencias que trae la actividad turística hacia este atractivo.
- La relación que existe entre la religión y la felicidad en el municipio de Güicán es de vital importancia y eso se debe a su historia y la presencia de la Morenita de Güicán, cada habitante independientemente de sus ideologías tiene referentes hacia la misma, respetando la religión dado que la mayoría han crecido con este entorno y muchos agradecen su ayuda e incluso lo consideran unos de los factores fundamentales que inciden en su felicidad.



- Existen fuertes lazos entre la población local, estos inciden en muchas de las actividades de los prestadores de servicios dado que se ayudan y colaboran brindando información, recomendando algunos de los servicios que se ofrecen dentro del municipio, esto es beneficioso y permite que las personas logren establecer mejores relaciones entre sí buscando un beneficio común.

- Se pudo identificar que la mayoría de los prestadores se encuentran dentro de la actividad por un gusto personal, lo consideran una actividad que les puede generar motivaciones diferentes a solo el lucro económico, aspectos como estar más tiempo con su familia, los momentos de paz y tranquilidad que encuentran con su actividad y la comunión con el entorno natural y de experiencias nuevas les permite encontrar factores de la felicidad diferentes.

- Los anfitriones se preocupan por el bienestar de los turistas y la imagen que queda del municipio, les interesa prestar el servicio de la mejor manera dejando de lado los ingresos que pueden recibir por el mismo.

- La mayoría de las personas consideran que la felicidad está presente en su diario vivir y es de amplia duración, aunque algunos identifican que muchas malas experiencias afectan a su felicidad estas son lo suficientemente fuertes

para afectarlos y tratan de superar rápido los percances afirmando que estas experiencias les aportan en su forma de prestar los servicios o ayuda en mejorar sus cualidades como personas.

- Factores como el gobierno o la poca afluencia de turistas en algunas épocas hacen que la mayoría de los prestadores de servicios vean afectada su felicidad a cierto grado y esto se refleja mucho en prestadores de servicios como las artesanías quienes a pesar de tener un buen nivel de felicidad ven como la falta de ayuda y la poca visibilidad de ellos en el municipio condicionando su diario vivir y su relación con el turismo.

REFERENCIAS

Acosta, Alberto. (2008). El buen vivir, una oportunidad por construir. Quito: Centro Andino de Acción Popular (Rev Flacso Andes).

Addeco. (2015). V encuesta sobre felicidad en el trabajo. España: La institución.

Aked, Jady.et al. (2012). et al. Five ways to wellbeing. Londres: New Economics foundation,

Alcaldía de Bogotá. (2014). I encuesta "Felicidad y satisfacción de los ciudadanos en Bogotá", Bogotá: Centro de estudio y análisis en convivencia y seguridad ciudadana.

Alcaldía Municipal de Güicán. (2007). Plan de desarrollo Municipal 2007-2011 "por la honestidad". Güicán: La Alcaldía.

Alcaldía Municipal de Güicán. (2012). Plan de desarrollo Municipal 2012-2015 "Compromiso y cumplimiento social". Güicán: La Alcaldía.

Amaya, Iván & Acosta, Martha. (2015). Reconocimiento de la oferta de atractivos, facilidades turísticas y servicios complementarios en el Municipio de Güicán- Sierra Nevada del Cocuy. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Anbara, Ethirajan.(2013) Bután: Golpe de realidad para un país feliz. Bután: BBC Mundo.

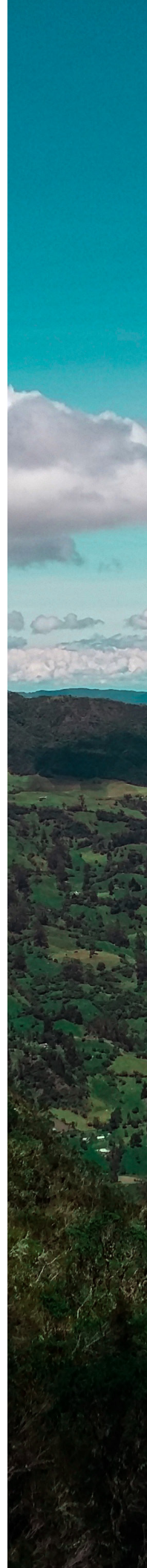
Angarita, Angie. (2006). En Harvard se aprende a ser feliz. Davos: BBC MUNDO.

Barrera, Carlos. (2016). Entrevista dirigida a los prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del municipio de Güicán de la sierra- Boyacá [consultado el 14 de mayo de 2016].

Bonilla, Jorge. (2014). Felicidad y viajes. [Entrada de blog] Recuperado de: <http://jorgebonilla.co/2014/01/de-la-felicidad-y-los-viajes-al-turismo>. 2014

Referencia Cardeña, Manuel. Antología de introducción al estudio del turismo. México: Colegio de bachilleres del estado de Quintana Roo.

Correa, Germán (2016). Entrevista dirigida a los prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del municipio de Güicán de la sierra- Boyacá [consultado el 14 de mayo de 2016].



Congreso de Colombia. (30, octubre, 2012) Ley 1558. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/loader>.

Congreso de Colombia. (10, julio, 2012). Ley 1583 por medio de la cual se adopta la Resolución de la ONU A/RES/65/309 titulada "La felicidad: hacia un enfoque holístico para el desarrollo". Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201583%20DEL%2030%20DE%20OCTUBRE%20DE%202012.pdf>

De Toro, Miguel. (1968). Pequeño Larousse Ilustrado. 5 ed. Montparnasse.

Delgado, Juan y Gutiérrez, Juan.(1999). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. España: editorial síntesis.

Eurofound. (2015). VI encuesta europea sobre las condiciones de trabajo. Dublin: La institución.
El Espectador [en línea]. Bogotá, 2012- [Citado el 30 de octubre de 2105].

Diario. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/vivir/fracasar-ser-feliz-articulo-380515>

Flick, Uwe.(s.f).Introducción a la investigación cualitativa. Traducido por Del Amo Tomás. 1 ed. Madrid: Ediciones Morata S.L.

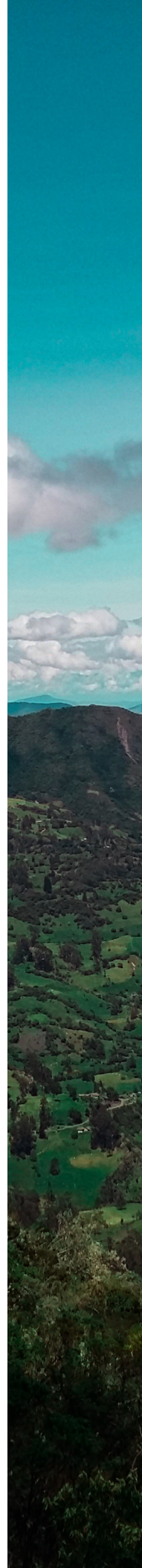
García, Benilde. (2009). Manual de Métodos de Investigación para las Ciencias Sociales. México D.F: Editorial El Manual Moderno.

García, María (2016). Entrevista dirigida a los prestadores de servicios turísticos ubicados en el casco urbano del municipio de Güicán de la sierra- Boyacá [consultado el 14 de Mayo de 2016].

Gobernación de Boyacá. (2012). Plan departamental de desarrollo de Boyacá se atreve. Tunja: La gobernación

Gómez, Andrés; Ruiz, Jeane & Vergara, Jaime (2008). Richard Layard y la economía de la felicidad. Bogotá: Revista U Jorge Tadeo Lozano.

Graham, Carol. (2010). La Felicidad alrededor del mundo: La paradoja de los campesinos felices y de los millonarios tristes. Estados Unidos: Oxford University Press.





PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO NÁUTICO EN EL MUNICIPIO DE GACHALÁ.

Ashley Yineth Cuevas Méndez
Paula Daniela Hernández Hernández
Julieth Margarita Zambrano Fernández

Introducción

El presente trabajo es el resultado del proceso investigativo donde se presenta el diseño de un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá, en la región del Guavio, con el fin de generar en el municipio una base para la generación e implementación de sub-productos turísticos en una tipología turística enfocada a la actividad náutica y el desarrollo sostenible.

El municipio de Gachalá ha sufrido grandes cambios a nivel social y ambiental, los cuales se han producido a partir de la construcción de la hidroeléctrica del Guavio, el puente de Miraflores y la explotación de minerales como esmeraldas y hierro. Estas obras de ingeniería e infraestructura le han generado un patrimonio material al municipio, los cuales pueden ser utilizados para la realización de actividades turísticas que logren impulsar al territorio en la oferta turística departamental.

De igual manera, las principales problemáticas que afronta el municipio de Gachalá referente a la actividad turística son que el municipio no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, se carece de un proceso de planificación que formule estrategias para el desarrollo de la actividad turística y no existe inversión al patrimonio natural y cultural, los servicios y prestadores turísticos ubicados en la región.

La propuesta para la creación de un producto turístico náutico, parte de una iniciativa grupal al observar que en el municipio de Gachalá no se evidencia el apoyo a la actividad turística, haciendo parte del desarrollo

económico del territorio; de manera que el proyecto busca generar nuevas alternativas que permitan identificar que oportunidades ofrece esta zona en relación con el turismo náutico y sostenible a partir de tres etapas la primera evidenciar el análisis de la oferta turística actual del municipio de Gachalá.

Los servicios que intervienen en la elaboración de un producto turístico náutico, así como la normatividad relacionada e implementada en el territorio para el manejo adecuado del recurso hídrico y natural que se encuentra documentado en el inventario turístico de la zona. En una segunda etapa se analiza e identifica el segmento de mercado objetivo al cual se le apunta el proyecto investigativo; así como la generación del perfil del turista con las características demográficas, geográficas y psicográficas utilizadas para determinar el comportamiento de compra del consumidor al momento de determinar el destino a conocer, así como los gustos, preferencias y motivaciones de viaje. Para finalizar con el desarrollo el producto turístico desde sus elementos principales.

MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo de esta investigación se manejará un enfoque mixto debido a que permite tener una variedad de resultados los cuales posteriormente serán analizados, para estudiar de forma apropiada en qué estado se encuentra la actividad turística náutica en el municipio de Gachalá.

Por una parte la investigación cuantitativa permite recolectar datos, realizar una medición numérica y se genere un análisis estadístico de los mismos; la investigación cualitativa permite profundizar en la información obtenida, describir detalladamente los datos y permite una experiencia directa con lo concerniente al mercado.

El tipo de investigación adecuado para el proyecto es descriptivo en el cual mediante un registro detallado de todo lo relacionado a actividades náuticas se va a preguntar a la población todo lo relacionado al tema de turismo náutico, pues lo que se desea es presentar ante la

comunidad y la alcaldía de Gachalá la realidad existente en cuanto al turismo náutico enfocado primordialmente en el municipio de Gachalá, para ello se desea proponer un producto turístico náutico a desarrollarse en la Represa del Guavio.

Dentro del marco de una investigación cualitativa, el cruce de datos comprende el uso de varias estrategias para estudiar un mismo fenómeno como entrevistas individuales, sondeos de opinión, talleres investigativos, etc. Al utilizar varias estrategias se puede visualizar un problema desde diferentes ángulos y de esta manera aumentar la validez y consistencia de los resultados hallados. Cuando varias estrategias arrojan resultados similares, esto enriquece el estudio y brinda la oportunidad de que se realicen nuevos planteamientos.

Después de obtener los resultados esperados se debe verificar y comparar la información obtenida en diferentes momentos mediante los diferentes métodos utilizados para la recolección de información.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población específica a la cual está dirigida este proyecto son los habitantes del municipio de Gachalá y los turistas que llegan a dicho municipio en cualquier época del año, puesto que en la represa del Guavio es el lugar donde se propone realizar una serie de actividades náuticas que permitan fortalecer y diversificar la oferta actual del municipio.

Recolección de la información: Para el desarrollo del proceso metodológico la técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista que permitirá recopilar la información en la muestra. La ventaja de realizar entrevistas reside en que son los mismos actores sociales los que proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas; pues nadie mejor que la persona involucrada para hablar acerca de aquello que piensa y siente sobre ciertos temas, en este caso sobre todo lo relacionado con las actividades náuticas y el turismo náutico como tal en Gachalá. El instrumento utilizado para la recolección de información será la creación de entrevistas para turistas, entidades gubernamentales y prestadores de servicios turísticos y un

sondeo de opinión, utilizando un conjunto de preguntas que se dirigen a los grupos determinados de personas anteriormente nombrados los cuales son los que poseen la información que se necesita para la presente investigación.

Procesamiento y análisis estadísticos: Una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procede al análisis estadístico respectivo. Los datos obtenidos serán analizados mediante las variables de segmentación que estamos aplicando en la investigación y en gráficos que representen la información obtenida de manera ordenada y legible.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Diagnóstico de Gachalá y el turismo náutico en la actualidad

El turismo es una actividad catalogada como un enfoque sistémico, ya que no puede ser evaluado ni definido desde una perspectiva o dimensión única; se reconoce que toda actividad turística es catalogada de índole económica, socio-cultural, ambiental, política, entre otros.

Así mismo el turismo se conforma de un grupo de elementos tangibles e intangibles utilizados a favor de la realización de las actividades, permitiendo puntualizar aspectos de la oferta y demanda de los destinos y la relación que se presenta entre el conjunto de elementos y las dimensiones utilizadas en el mismo.

Las dimensiones turísticas se presentan como una base de recolección de la información en torno a los impactos de la actividad en los diferentes destinos, relacionándose con los modelos tradicionales presentados por Boullón en donde se expone la oferta y la demanda turística, de Acerenza integrando el destino emisor y receptor y finalmente la introducción de los elementos de estructura, superestructura e infraestructura postulados por Molina, creando un denominado

1- Unión de elementos tangibles e intangibles que hacen de un sistema determinado.

El diagnóstico de la situación actual tiene como finalidad realizar una descripción y análisis de los principales turísticas con las que cuenta y los distintos prestadores de servicios turísticos existentes en Gachalá.



ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.

Consiguiente a la revisión documental del inventario del municipio de Gachalá y de la información suministrada por la representante de turismo Bethy González, se seleccionaron los atractivos turísticos que fueron objeto de estudio durante el trabajo de campo, en donde se evaluaron aspectos como: condiciones de accesibilidad, condiciones de seguridad hacia y en el atractivo, estado del atractivo y capacidad de carga del atractivo. Los atractivos que se seleccionaron para la implementación del producto turístico náutico son los siguientes:

N	ATRATIVO	DESCRIPCIÓN
1	Represa del Guavio	Es un lugar lleno de naturaleza y paisajes únicos, donde se pueden realizar gran variedad de actividades al aire libre, como caminatas ecológicas y deportes náuticos. Este embalse hace que el municipio de Gachalá sea un lugar único y acogedor; a más o menos cuatro horas desde Bogotá, se puede acampar o alojarse en hoteles sencillos de la región.
2	Puerto las Palmas	Ubicado en el casco urbano del municipio a 800 mts aprox. del Parque Principal, Se llega por un camino empedrado e ilumina en la noche. Es un puerto sencillo sobre la Represa del Guavio, posee estructura sólo para recibir naves de bajo cilindraje, se puede tomar un transporte hasta el municipio de Ubalá. Es destino de deportistas y aficionados que practican deportes náuticos.
3	Mirador de la Ruta del Agua	Se encuentra alrededor de los 90 metros del Parque Principal del municipio de Gachalá, desde allí se puede contemplar el embalse, una obra de ingeniería colombiana catalogada como una de las mejores a nivel Latinoamérica. En este mirador se encuentran una pequeña construcción de gradas, en donde los visitantes y turistas pueden disfrutar del paisaje y del ecosistema del municipio, al igual posee un tablero información en torno a la Ruta del Agua tanto en inglés como en español. El Mirador de la Ruta del Agua se encuentra conectado por medio de un camino con el Puerto Las Palmas, el cual es un lugar ideal para la realización de ejercicio al aire y la contemplación de la flora y fauna.
N	ATRATIVO	DESCRIPCIÓN
4	Mirador del casco Urbano	Es un atractivo que se encuentra alrededor de los 250 metros del parque principal del municipio de Gachalá, desde allí se puede contemplar el embalse, una obra de ingeniería colombiana catalogada como una de las mejores a nivel Latinoamérica. En este mirador se encuentran una

N	ATRATIVO	DESCRIPCIÓN
		pequeña construcción de gradas, en donde los visitantes y turistas pueden disfrutar del paisaje natural y del ecosistema del municipio, al igual posee un tablero de información en torno a la Ruta del Agua, en donde el visitante puede conocer un poco a cerca de este atractivo. El Mirador de la Ruta del Agua se encuentra conectado por medio de un camino con el Puerto Las Palmas, el cual es un lugar ideal para la realización de ejercicio al aire libre y la contemplación de la flora y fauna. Se recomienda realizar mantenimiento a la infraestructura.
5	Mirador Barrio Korea	Es uno de los miradores que cuentan con mejor infraestructura dentro del municipio, ya que se encuentra cubierto para el resguardo de los visitantes en épocas de lluvia, así mismo el piso del mirador se encuentra remodelado con baldosa de cerámica para mejorar su calidad en la prestación de observación del ecosistema. Este mirador posee la característica de generar un contacto con la naturaleza, ya que la vista del mirador abarca diferentes veredas de Gachalá y se puede visualizar los recorridos realizados por las lanchas de transporte entre una vereda y la otra.
6	Festival Nacional Náutico y Reinado Departamento del Agua	Este festival se realiza (revisar fechas) del 1 al 1 de octubre, cuenta con actividades como travesía náutica, regata de vela, moto-náutica, flyboard y presentaciones musicales. Además de esto se realizan el reinado departamental del agua, en donde se escogen una candidata, quien será la reina departamental del agua.
7	Puente Farallones	Es el primer atractivo con el cual los turistas se encuentran al llegar al municipio, está construido sobre la represa del Guavio de montaña a montaña, y tiene una longitud de 300 metros aproximadamente. Es uno de los paisajes en donde se puede apreciar las aguas verdes de la represa del Guavio

TABLA 1. atractivos turísticos seleccionados para el producto turístico en Gachalá *Fuente:* propia 2017

En la visita de campo realizada en el municipio de Gachalá con base a los 18 atractivos con los que cuenta el municipio, se seleccionaron un total de siete atractivos de bienes de patrimonio material inmueble, en donde se realizaron las visitas de inspección respectivas a cada uno de ellos, con el fin de identificar los aspectos de accesibilidad, condiciones de seguridad en el atractivo, aspectos de infraestructura y el significado que representan en el producto turístico náutico.

Durante la visita realizada a cada atractivo se realizó una reevaluación al puntaje presentado frente a la documentación, en torno a cambios presentados en la infraestructura, accesos y demás factores que califican a un atractivo turístico y los demás criterios de calidad presentados en la metodología que impone el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la elaboración de los inventarios turísticos.

NOMBRE	A	B	C	VALORACIÓN CALIDAD
1. Embalse del Guavio	21	21	28	70
2. Puerto las Palmas	20	19	28	67
3. Mirador de la Ruta del Agua	12	15	22	49
4. Mirador del Casco Urbano	12	13	25	50
5. Mirador Barrio Korea	20	20	25	65
6. Puente Farallones	21	19	28	68

TABLA 2. Clasificación del patrimonio cultural del municipio de Gachalá según los criterios de calidad. *Fuente:* propia, 2017

NOMBRE	A	B	C	VALORACIÓN CALIDAD
1. Festival Náutico	28	20	20	68

TABLA 3. Clasificación festividades t eventos del municipio de Gachalá según los criterios de calidad. *Fuente:* propia, 2017

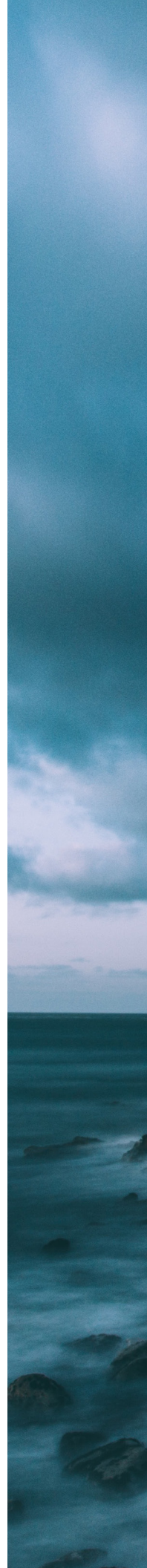
Como resultado de la visita de campo realizada en el municipio de Gachalá los siete anteriores atractivos turísticos evaluados previamente y puestos a consideración del equipo de

2-Tabla construida a partir de los aportes (Gobernación de Cundinamarca- IDECTU,2010)

Trabajo, se llegó a la conclusión de que los mismos son necesarios para su inclusión dentro del producto del diseño turístico náutico, ya que poseen un significado para la observación, contemplación y realización de la actividad náutica dentro de la región.

Dentro de los resultados durante la revisión de atractivos que se adecuan al producto turístico náutico se evidencio que:

- De los siete atractivos seleccionados del inventario presentado el 71,4% fueron catalogados como atractivos de significado local, mientras el 28,6% fueron referenciados como atractivos turísticos de carácter regional.
- Los bienes del patrimonio material con los que cuenta el municipio hacen que el producto turístico náutico se convierta en una de las fortalezas para el municipio, con una buena representatividad expresada en las diferentes actividades náuticas a realizar en el embalse.
- El estado de conservación de los atractivos es heterogéneo, ya que algunos de ellos se encuentran en un estado de conservación adecuado, mientras que otros presentan falta de mantenimiento.
- A pesar de que el inventario turístico del municipio de Gachalá presenta al Festival Náutico y Reinado Departamental del Agua con significado a nivel local, en el proceso de investigación se llegó a la conclusión que dicha muestra autóctona de la cultura de la provincia del Guavio debe ser calificado de carácter departamental dentro del inventario y el diseño del producto turístico náutico.



- En la etapa de pre-inicio del proceso de investigación para la recolección de datos e información para el diseño del producto turístico, el equipo de trabajo presentaba una perspectiva diferente del municipio en torno al sector turístico; durante el trabajo de campo realizado se demostró que los representantes gubernamentales de Gachalá se encuentran en constante preparación e investigación

del producto turístico, el equipo de trabajo presentaba una perspectiva diferente del municipio en torno al sector turístico; durante el trabajo de campo realizado se demostró que los representantes gubernamentales de Gachalá se encuentran en constante preparación e investigación de alternativas turísticas que puedan generar un valor agregado y que permita el posicionamiento del municipio como un destino turístico en las diferentes tipologías que se presentan a nivel nacional y que pueden ser implementadas en la región por las características, recursos, potencialidad y atractivos que se encuentran dentro del mismo.

- De los atractivos seleccionados para el diseño del producto turístico náutico se identificó que el 71,42% de los atractivos cuentan con un índice de calidad alto, lo que permite su utilización en la creación del producto turístico y la generación de una oferta turística favorable para el municipio de Gachalá. Igualmente el 28,51% de los atractivos que presentan un índice de calidad aceptable presentan falencias en la parte de mantenimiento las cuales son más factibles para generar una restauración en la infraestructura del atractivo.

DIAGNÓSTICO DE LAS DIMENSIONES DEL TURISMO

Las dimensiones se catalogan como una de las etapas del enfoque sistemático, ya que sirve como una base para la concepción general del turismo, por lo cual, dicho anteriormente las dimensiones trabajan bajo cinco aspectos necesarios para diagnosticar la actividad turística actual de un destino, estas dimensiones serán explicadas y definidas a continuación: la dimensión económica, la dimensión ambiental, la dimensión política, la dimensión social y la dimensión cultural.

Perspectiva económica: Está sustentada principalmente en la agricultura, los gachalunos en su mayoría trabajan en el sector agropecuario. La economía del municipio está centrada en el sector ganadero, los gachalunos manejan la ganadería de forma tradicional, bajo un sistema de producción básico y son pocos aquellos habitantes que tienen un sistema actualizado para implementarlo en la producción ganadera.

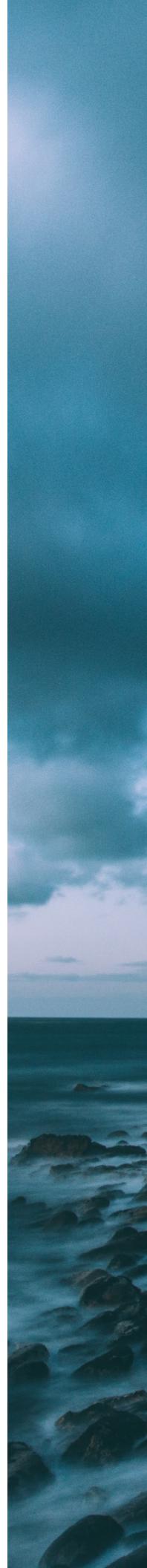
El 90% de la producción agropecuaria del territorio se encuentra destinada para el autoconsumo de los gachalunos; mientras que los productos como la panela, la miel y la caña panelera son comercializados de forma esporádica hacia los municipios continuos. Así mismo, en el municipio de Gachalá se presentan aproximadamente 350 cultivos de caña de azúcar; desde el plan de desarrollo anterior se dotaron con trapiches de hierro a un total de 45 familias para la molienda de este producto. (Beltrán G. M., 2016) En el proceso de recolección de información se evidenció que el turismo no hace parte del pilar económico del municipio y no es catalogado como una fuente de ingresos para el territorio, ya que los proyectos

2-Tabla construida a partir de los aportes (Gobernación de Cundinamarca- IDECTU, 2010)

trabajo, se llegó a la conclusión de que los mismos son necesarios para su inclusión dentro del producto del diseño turístico náutico, ya que poseen un significado para la observación, contemplación y realización de la actividad náutica dentro de la región.

Dentro de los resultados durante la revisión de atractivos que se adecuan al producto turístico náutico se evidencio que:

- De los siete atractivos seleccionados del inventario presentado el 71,4% fueron catalogados como atractivos de significado local, mientras el 28,6% fueron referenciados como atractivos turísticos de carácter regional.



- Los bienes del patrimonio material con los que cuenta el municipio hacen que el producto turístico náutico se convierta en una de las fortalezas para el municipio, con una buena representatividad expresada en las diferentes actividades náuticas a realizar en el embalse.

- El estado de conservación de los atractivos es heterogéneo, ya que algunos de ellos se encuentran en un estado de conservación adecuado, mientras que otros presentan falta de mantenimiento.

- A pesar de que el inventario turístico del municipio de Gachalá presenta al Festival Náutico y Reinado

Departamental del Agua con significado a nivel local, en el proceso de investigación se llegó a la conclusión que dicha muestra autóctona de la cultura de la provincia del Guavio debe ser calificado de carácter departamental dentro del inventario y el diseño del producto turístico náutico.

- En la etapa de pre-inicio del proceso de investigación para la recolección de datos e información para el diseño del producto turístico, el equipo de trabajo presentaba una perspectiva diferente del municipio en torno al sector turístico; durante el trabajo de campo realizado se demostró que los representantes gubernamentales de Gachalá se encuentran en constante preparación e investigación

que se han planteado no son constantes o son olvidados después de un periodo de tiempo, sin embargo, este factor no expone que el municipio presente una nula afluencia turística, al contrario la evaluación inicial del municipio indicó que existen temporadas y fechas que pueden ser potencializadas turísticamente.

La alcaldía municipal se encuentra en la elaboración e investigación de un formato válido para conocer el número de visitantes que asisten al Festival Náutico (FestiGuavio) con el objetivo de poder generar un índice verídico del porcentaje de turistas para empezar la creación de una base de datos, la cual facilite a los entes turísticos de la región contar con un segmento adecuado para la generación

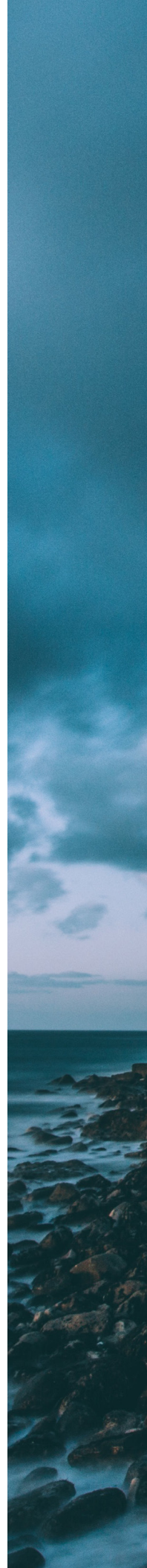
de proyectos, tales como el diseño del producto turístico náutico que se plasma en el presente trabajo investigativo.

PERSPECTIVA SOCIOCULTURAL: En lo que respecta al ámbito sociocultural del municipio de Gachalá, la propuesta que se tiene en el Plan de Desarrollo 2016- 2019 es buscar junto con los ciudadanos del municipio el rescate de su historia, sus valores y tradiciones; impulsar el talento y las capacidades artísticas de la población de todas las edades, pues aunque el municipio cuenta con edificaciones diseñadas para el desarrollo de la cultura no tienen un uso continuo y adecuado; además han sido utilizado para otros servicios que lo que hacen es desplazar los intentos de consolidación del patrimonio cultural y el rescate de la memoria histórica municipal.

Se debe tener en cuenta que el municipio cuenta con bienes inmuebles que si se utilizaran de la manera adecuada pueden ser escenarios para el fomento, la promoción y el desarrollo de la cultura local. Un claro ejemplo es la Biblioteca Municipal que está bien dotada con recursos que podrían ser mejor aprovechados por los pobladores, de igual manera el teatro municipal fue renovado por lo que este podría ser un espacio propicio para una escuela de artes escénicas.

De igual manera se identificaron una serie de problemas en lo que respecta al desarrollo sociocultural del sector, los cuales no permiten de cierta manera el progreso adecuado de este ámbito en el municipio, entre los más importantes se encuentra un bajo estado de organización de la memoria histórica y cultural del municipio por lo que la Casa de la Cultura se ha adecuado para otros servicios, esto ocasiona que la identidad cultural e histórica del municipio se reestructure en un plan de acción que incentive a los pobladores y que así mismo promueva la cultura como sinónimo de paz.

Finalizando con el diagnóstico de la perspectiva sociocultural del municipio de Gachalá se logra concluir que en torno a la dimensión abarcada se presenta:



- Diversidad en escenarios naturales para la práctica de deportes náuticos y actividades extremas dentro y en los alrededores del embalse
- Generación de eventos deportivos náuticos anuales.
- Participación de la escuela de natación y kayak en justas deportivas regionales y departamentales.
- El municipio cuenta con dotación deportiva, la cual requiere de actualización y mantenimiento para lograr presentar actividades de calidad y con las normas de seguridad impuestas por la normatividad colombiana.

PERSPECTIVA AMBIENTAL: Uno de los recursos más importantes que posee el municipio de Gachalá son los ecosistemas presentes dentro del territorio. Ubicado en la provincia del Guavio es una de las provincias con mayor porcentaje de recursos naturales, lo cual ha generado que este se consolidó, como eje ambiental y estructural en el departamento de Cundinamarca.

El potencial natural ubicado en el Guavio son zonas que deben ser utilizadas de forma sostenible y fomentar la preservación del mismo. El Plan de Desarrollo Municipal de Gachalá 2016-2019 expone que dicha provincia es destacada como la mayor extensión territorial de Cundinamarca y el potencial de renovación y producción de recursos naturales e hídricos; dentro de los recursos que posee el territorio se destacan parte de la extensión territorial del Parque Nacional Natural Chingaza, el Embalse San Rafael, la Represa del Guavio, el Embalse de Tominé y el Cordón ambiental de Pan de Azúcar y el pantano de Marcos, el cual vincula a otras provincias y departamentos. (Beltrán G. M., 2016)

A nivel ambiental el municipio de Gachalá es reconocido por las reservas naturales que posee, tales como: Parque Regional Natural Toquiza y Gazanore conformado por un total de 13.419 hectáreas, de las cuales el 44,6% de hectáreas pertenecen al municipio de Gachalá, seguido de los municipios de Medina y Ubalá. Otro de los atractivos naturales presentados en el municipio es

la Reserva Regional Río Sucio de Gachalá, con una extensión total de 1.300 hectáreas, esta reserva se encuentra a cargo de CorpoGuavio, empresa encargada de la preservación y prevención de la deforestación de las hectáreas; el ecosistema presentado en la Reserva Forestal Protectora (FRP) El Escobal conformada por 271 hectáreas de flora y fauna, en donde nace la quebrada El Escobal, la cual es uno de los recursos más importantes para el municipio ya que de este recurso se surte el agua del acueducto municipal.

Gachalá posee un potencial de desarrollo turístico enfocado a la utilización de sus recursos naturales, hídricos y reservas forestales; el municipio posee sectores ambientales de vital importancia dentro de los cuales se encuentran ecosistemas como bosques, páramos y humedales; como le explica el Alcalde del municipio Germán Martínez Beltrán.

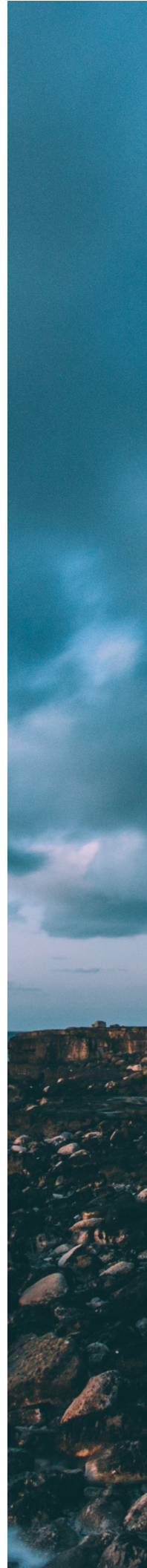
Estos entornos favorecen a la regulación hídrica y la captura de carbono, a la constitución de la flora y fauna y que hacen parte de la organización ecológica de la cual parte el desarrollo económico y social de Gachalá.

PRESTADORES DE SERVICIO

En el diseño del producto turístico es importante diagnosticar los prestadores de servicios turísticos, ya que son quienes generan la satisfacción de los turistas que visitan el destino; por lo cual es necesario documentarse acerca de que es un prestador de servicios turísticos, los requisitos para ser denominado un PST y sus funciones en torno al desarrollo de la actividad turística de cualquier región.

En el municipio de Gachalá no se encuentra gran variedad de PST, pero aun así a lo largo de la investigación se encontraron establecimientos formales e informales, los cuales prestan servicios en torno al sector turístico y hotelero; en el municipio se encontraron un total de 15 prestadores de servicios turísticos.

Identificación de mercado objetivo y perfil del turista náutico
La metodología que se utilizó para el diagnóstico del perfil de consumidor adecuado para el producto turístico náutico a se realizó a través de un cruce de información en donde



se realizaron dos entrevistas a la Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio), una entrevista a la Secretaria de Turismo de la Alcaldía Municipal, cuatro entrevistas a diferentes Prestadores de Servicios Turístico que se encuentran en el municipio de Gachalá y cinco entrevistas a turistas que llevan un periodo de tiempo frecuente en la asistencia a las actividades, fiestas y ferias que se presentan en la región; además se generaron un total de 30 sondeos de opinión con el propósito de generar un acercamiento a la perspectiva que poseen los turistas en torno a la actividad turística del municipio, los gustos y preferencias que tienen estos turistas y que esperan encontrar dentro de la oferta turística al momento de llegar al municipio de Gachalá.

PERFIL DEL TURISTA NÁUTICO

El turismo náutico es un área estratégica necesaria para la diversificación del turismo en el municipio de Gachalá. El estudio de la demanda del turismo náutico realizado en el municipio se considera un aspecto clave para plantear replantear el desarrollo de la actividad náutica en el municipio de Gachalá. A continuación, se describe el perfil del turista náutico que viaja a al municipio de Gachalá motivado por la práctica de actividades náuticas recreativas. La planificación del viaje, las principales motivaciones y actitudes del consumidor náutico en el destino son algunos de los resultados obtenidos después de entrevistar a los turistas en el Festival Náutico durante el puente festivo del mes de octubre del presente año.

PERFIL DEL TURISTA - TURISMO NÁUTICO MUNICIPIO DE GACHALÁ	
GÉNERO	MASCULINO Y MASCULINO
Edad	15 a 35 años para actividades de deportes extremos. para actividades de observación y avistamiento entre 15 a 50 años.
Ocupación	Estudiantes y profesionales
Procedencia de los turistas	Bogotá - Municipios aledaños
Motivo y duración del viaje	Asistencia al Festiguavio - Duración tres días
Acompañantes de viaje	Entre dos a tres personas
Medio de transporte	Vehículo propio

El disponer de información sobre las características, preferencias y gustos del mercado constituye una herramienta importante a la hora de diseñar la estrategia profesional o de establecer nuevas inversiones para los implementos necesarios para el correcto funcionamiento de las actividades náuticas.

La percepción del turista náutico sobre las propiedades del destino constituye otro grupo de resultados que permiten identificar debilidades y fortalezas en la actual oferta de productos y servicios náuticos en Gachalá.

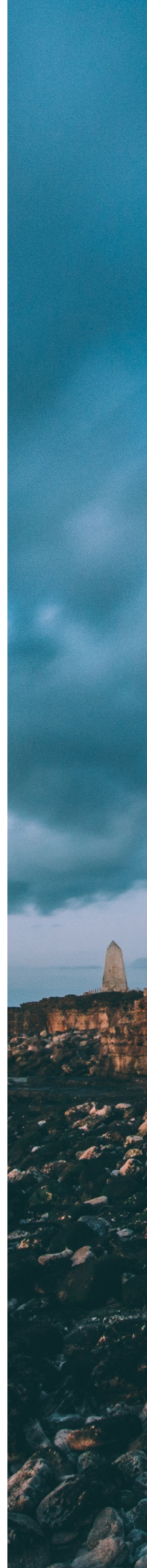
De acuerdo con la información obtenida a continuación se presentará el perfil del turista náutico que hará parte primordial del proyecto.

Tipo de alojamiento	Hoteles del municipio
Actividades demandadas	Lancha, motonáutica, ferri y kayak
Expectativas y preferencias	Deportes extremos, observación paisajística, información actualizada, variedad de actividades a realizar, todo incluido.
Rango monetario P.T.N Motivo y duración	\$100.000 - \$300.000

TABLA 4. Perfil Turista Náutico *Fuente:* Propia, 2017.

En lo que respecta al género de personas el producto se pretende manejar para hombres y mujeres, pues los dos visitan el municipio de Gachalá. El rango de edad que se puede manejar para el perfil del turista náutico son personas de 15 a 35 años, pues a la hora de realizar las entrevistas y sondeos de opinión se logró evidenciar que las personas que más visitan el municipio se encuentran entre este rango de edad, además concuerda con los rangos de edades que los PST nos dijeron.

Para establecer el grado de ocupación de las personas que visitan Gachalá con respecto al perfil, se estableció que el producto irá enfocado para estudiantes y para profesionales, pues son las personas que más visitan el municipio como tal en fechas de ferias y fiestas en lo que respecta a la procedencia de las personas se establece que el producto irá para personas provenientes de la ciudad de Bogotá y de los municipios aledaños



a Gachalá, pues según las entrevistas y sondeos de opinión son las personas que más viajan a Gachalá. Como tal la duración del viaje que se va a utilizar para el producto turístico va a ser de tres días, y el motivo de viaje por el que las personas más visitan Gachalá es por ferias y fiestas, por lo que se puede manejar para el producto una especie de feria náutica en la que la gente pueda realizar una serie de actividades náuticas de viernes a sábado, o de sábado a lunes si fuera en un fin de semana festivo.

Como la mayoría de personas que viajan a Gachalá llegan en carro propio y el número de personas que más viajan juntas al municipio son de 2 a 4 personas, el producto puede estar enfocado para familias o para grupos de amigos que quieran ir a la Represa del Guavio un fin de semana a realizar actividades náuticas.

En lo que respecta a los medios de transporte se sabe que el medio que más usan los turistas para llegar al municipio es vehículo propio, pues es más fácil el acceso al municipio por este medio y aunque también optan por flota, se puede realizar en el desarrollo del producto distintas opciones para la llegada al municipio, como que el turista llegue por su propia cuenta en vehículo propio o si no que se les da la opción del transporte ida y regreso y el valor estará agregado dentro del producto como tal.

El tipo de alojamiento que se pretende manejar es en hoteles del municipio, pues dependiendo del tipo de plan que se le presente a los posibles compradores, se escogerá que hotel de los ubicados en el municipio se adapta mejor a las condiciones del turista.

Como las actividades más demandadas por los turistas y visitantes del municipio son lancha, motonáutica, ferri y kayak, se puede ofertar dentro del producto varias de estas actividades, incluyendo otras actividades que hagan ese factor diferenciador de las actividades habitualmente vistas en la Represa. Otras actividades contempladas podría ser vela, paddle surf o también conocido como surf de remo, pesca deportiva, entre otras las cuales

motiven a la gente a querer visitar el municipio para disfrutar de las distintas actividades náuticas.

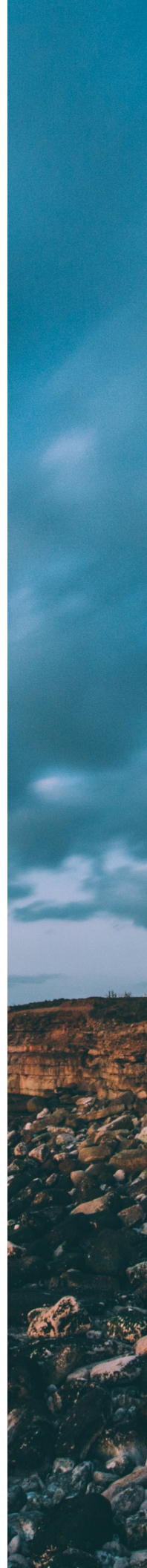
En lo que respecta a la procedencia de las personas se establece que el producto irá para personas provenientes de la ciudad de Bogotá y de los municipios aledaños a Gachalá, pues según las entrevistas y sondeos de opinión son las personas que más viajan a Gachalá.

Represa. Otras actividades contempladas podría ser vela, paddle surf o también conocido como surf de remo, pesca deportiva, entre otras las cuales motiven a la gente a querer visitar el municipio para disfrutar de las distintas actividades náuticas. En lo relacionado a las expectativas y preferencias de los visitantes del municipio se deben tomar estas mismas para hacer del producto turístico, un producto innovador, que cumpla con las expectativas de los turistas, pero sobre todo que genere en ellos ese factor de recordación de Gachalá como destino turístico náutico.

Como deporte extremo se podría manejar actividades en los distintos atractivos naturales que se encuentran allá o se podría de pronto darle a la gente la opción para llegar al municipio en un medio de transporte extremo como un jeep, así se podría tomar la falencia de las pésimas vías de acceso como un beneficio para el producto en lo que respecta a deportes extremos.

Al manejar un producto turístico cabe resaltar que se va a ofrecer un plan todo incluido en el que la gente solo se tenga que preocupar porque tiene que empacar en su maleta, pues del resto nos encargaremos nosotras como prestadores del servicio.

Por último en lo que concierne al rango monetario se evidencio un rango de \$100.000 a \$300.000, con este rango se debe lograr ofrecer un producto que contenga todo lo mencionado anteriormente, que de igual manera cree ese factor diferencial de los demás productos ofrecidos en el municipio, ofreciendo todos los servicios como son alojamiento, transporte, actividades náuticas



y otras, guianza turística, etc. Logrando así cumplir con las expectativas y preferencias de los turistas de Gachalá.

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

La investigación desarrollada a lo largo del periodo investigativo resalta la presencia de una oferta turística para el desarrollo de un producto turístico de tipo náutico el cual se aleje de la característica “sol y playa” y presente un nuevo portafolio de servicios en torno a los diversos ecosistemas que se pueden encontrar en el territorio, en este caso creando a los turistas una experiencia diferente generando a dicha adquisición un valor agregado; el municipio de Gachalá resaltó en la investigación de su oferta turística la presencia de diversos atractivos de índole natural y cultural que guardan estrecha relación con la cultura y tradición gachaluna y sus antecesores la cultura chibcha, convirtiendo al municipio como un potencial turístico llamativo a la nueva ola de turistas.

Por lo cual es importante definir qué es un producto turístico, sus características y como es su proceso de diseño; en otras palabras es aquel conjunto de factores tangibles entre los que se encuentran alojamiento, restauración, infraestructura, etc., y factores intangibles tales como emociones vividas, hospitalidad, cultura y demás.

Que relacionados entre sí le generan al visitante una experiencia turística, haciéndole vivir momentos significativos a través de los recursos y atractivos que posee un territorio.

Al momento de generar un diseño en torno a un producto turístico se debe plantear la siguiente incógnita ¿qué se debe conseguir con el producto turístico diseñado, lo importante es que se deben satisfacer las necesidades y expectativas que motivaron al turista a realizar el viaje, de tal manera que en el visitante se genere la necesidad de regresar al destino para consumir un producto turístico que se adapte a sus necesidades y deseos y de esta manera que el mismo turista recomiende el destino cómo uno de los ambientes para la realización de actividades turísticas.

Por otro lado con el producto turístico no solo se busca un beneficio propio, sino que el mismo tenga una estrecha relación para el desarrollo local de la zona en donde se desarrolle dicho producto y sea un aporte para la comunidad local (SERNATUR (Servicio Natural de Turismo), 2015).

Los productos turísticos deben relacionarse con la vocación del destino, es decir, debe haber un estrecho acercamiento entre la imagen del destino y el producto turístico para el éxito de ambos en el tiempo, permitiendo que los productos que son representativos en un destino, logren posicionarse en el mercado, y a su vez que la imagen de un destino logre ser el factor de enganche a la hora de atraer turistas a una zona emergente dentro del sector turístico. Para trabajar en el diseño de productos turísticos se plantean cuatro aspectos a seguir según el SENATUR (2015), los cuales son:

- Generar diferenciación del destino en torno a los atributos turísticos que posee.
- Buscar y potenciar cuál es la diferencia del producto en torno a la competencia.
- Respetar los atractivos naturales, sociales y culturales procurando que la implementación del producto turístico no genere impactos negativos en los ecosistemas.
- Contar con el apoyo de la comunidad local para potenciar y resaltar el sector turístico.

Para el diseño de productos turísticos se debe partir desde un plan en donde participen los diversos actores que se vinculen al producto, para ello existe una relación secuencial entre recursos turísticos, atractivos turísticos, producto turístico y destino turístico, representados en el siguiente gráfico denominado “Secuencia de Desarrollo de un Producto Turístico”:





ILUSTRACIÓN 1: Secuencia de Desarrollo de un Producto Turístico. Recuperada de (Destinos del Perú, 2014)

considerado como un seguro para la realización de la actividad turística, pero si a este le es incorporado equipamiento e instalaciones que generen un valor agregado en el recurso, puede llegar a ser considerado un atractivo turístico. El atractivo turístico es considerado como un producto turístico en conjunto, pero esta concepción no es acertada, ya que la planta turística y la infraestructura se unen para conformar un producto turístico llamativo para el turista.

Para ello los siguientes elementos permitirán de manera concreta generar un acercamiento al producto turístico náutico que se desea implementar en el municipio de Gachalá, en torno a la información obtenida a lo largo del proceso investigativo:

Según el documento expuesto por Mincetur y PromPerú (2014) un recurso turístico por sí solo no puede ser considerado como un seguro para la realización de la actividad turística, pero si a este le es incorporado equipamiento e instalaciones que generen un valor agregado en el recurso, puede llegar a ser considerado un atractivo turístico.

El atractivo turístico es considerado como un producto turístico en conjunto, pero esta concepción no es acertada, ya que la planta turística y la infraestructura se unen para conformar un producto turístico llamativo para el turista.



Para ello los siguientes elementos permitirán de manera concreta generar un acercamiento al producto turístico náutico que se desea implementar en el municipio de Gachalá, en torno a la información obtenida a lo largo del proceso investigativo:

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
¿Cuál es la temática? A lo largo del trabajo investigativo se obtuvo, claramente que el potencial resaltado en el territorio del municipio de Gachalá y en el	¿Qué lo hace especial? La región es considerada como uno de los tesoros escondidos de Cundinamarca; a Gachalá lo hace especial:

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
Cual se está trabajando el producto turístico es el desarrollo de turismo náutico en torno al desarrollo de actividades en el Embalse del Guavio con un enfoque sostenible del patrimonio representativo de la región.	<ul style="list-style-type: none"> • Desde el cristianismo capital hacia Gachalá se evidencia los diversos pisos temáticos caracterizados del territorio colombiano y representativo de su singular Variedad. • Los paisajes con los que cuenta el municipio son únicos y dejan en los turistas el deseo de volver y presenciar ecosistemas únicos de la zona. • El municipio de Gachalá posee el mayor porcentaje de propiedad sobre el Embalse del Guavio, lo cual genera que el municipio sea un territorio rico en flora y fauna.
	<ul style="list-style-type: none"> • Al ser un municipio poco conocido en el sector genera en los turistas que lo visitan un sentimiento de tranquilidad y relajación rodeado de ecosistemas vírgenes que forman parte del paisaje del Embalse de Guavio. Una de las obras de ingeniería hidroeléctrica más grandes a nivel Latinoamérica. • El municipio de Gachalá se caracteriza por la hospitalidad de su gente y la amabilidad y acogimiento que transmiten en el servicio ofrecido a los turistas, generado ese sentimiento de integración familiar. • Reconocido por ser el hogar de " La Familia" la esmeralda más grande del mundo. el municipio de Gachalá posee una diversidad agrícola y ganadora que atrae a turistas de todas partes de Colombia. • La realización de actividades náuticas que en muchas ocasiones son consideradas solo aptas para el desarrollo de zonas litorales.

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
<p>¿Qué actividades se pueden ofrecer?</p> <p>Para la realización del turismo náutico se plantean actividades como: Kayak, motonáutica, moto jetski, paseos en lancha, esquí pesca tradicional, parasailing, fly fish, y natación.</p> <p>Además para la unión de actividades sostenibles a este producto turístico se presenta la observación de especies de fauna y flora, avistamiento de aves, caminatas ecológicas y cabalgatas.</p>	<p>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?</p> <p>Se busca que el turista se lleve una experiencia única por medio de la actividades náuticas alejadas de la imagen de turismo de sol y playa, generando emociones de adrenalina, relajación y observación de ecosistemas que no se encontrarán en ningún otro destino turístico. Agregando a estos factores la amabilidad característica del pueblo gachaluno y los paisajes inigualables con los que cuenta el municipio. Al igual el recuerdo más importante que el turista debe llevarse es el de cuidar y conservar el ecosistema y los recursos naturales presentes, ya que son la fuente de la vida para el ser humano.</p>
<p>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</p> <p>Alcaldía municipal de Gachalá, Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio), Guías turísticos, prestadores de servicio Turísticos (Hoteles, restaurantes, agencias de viajes y empresas relacionadas directamente con la actividad náutica) y comunidad local.</p>	<p>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?</p> <p>Se busca presentar a Gachalá de una nueva manera, mostrándole al turista una cara que desconocían del municipio y de las riquezas que este posee; exteriorizando esa cultura arraigada a la raíces históricas de la región, cuna de las civilizaciones chibchas, las cuales dejaron un legado de tradiciones, que esperan ser exhibidas por medio de la actividad turística.</p>

TABLA 4. Conceptualización del producto turístico náutico en el municipio de Gachalá Fuente: Propia, 2017 modificada del documento “Manual para la Planificación de Destinos Turísticos” (2014).

La tabla presentada anteriormente describe los factores importantes que se deben tener en cuenta para el desarrollo del producto turístico náutico, puesto que se manejan dos perspectivas (construyendo un producto pensando en lo que se ve y construyendo un producto pensando en lo que se quiere transmitir al turista) buscando cumplir con los tres componentes importantes del producto turístico los cuales son el factor material, el factor experiencial y el factor emocional; en donde se generará con claridad los elementos principales del diseño del producto (atractivos, actividades y Prestadores de Servicio Turístico).

Servicios complementarios y el valor agregado y experiencial que el mismo le va a generar en el turista

y en su proceso de recordación en torno al desarrollo de actividades náuticas en el municipio de Gachalá.

El municipio de Gachalá posee un atractivo inmenso para el desarrollo del sector turístico en diversas tipologías, especialmente en las actividades náuticas destacando su patrimonio cultural, histórico y natural, agregando a este la disposición del pueblo gachaluno en la promoción del territorio como fuente turística generadora de empleos y de reconocimiento por medio del diseño de diversas herramientas que integren los atractivos y potenciales de la zona, buscando cumplir con los pilares sostenibles.

A continuación se desglosa el paso a paso del diseño del producto turístico según la información recolectada por el documento del Mincetur y PromPerú denominado “Manual para la Planificación de Destinos Turísticos” del año 2014.

LOGO PRODUCTO TURÍSTICO NÁUTICO:

SIE “Gachalá Turístico”

En este apartado se presenta la parte visual correspondiente al diseño del producto turístico náutico y las características que engloba; para caracterizar el diseño del producto se elabora el logo representativo de la idea planteada a lo largo del proyecto de investigación, así como los sub-logos de los tres sub-productos turísticos que conforman a SIE “Gachalá Turístico”.

El nombre del producto turístico parte del pilar más importante de la investigación, en este caso las actividades náuticas, las cuales presentan la potencialidad de implementación en el

Embalse del Guavio, agregando que su nombre se da a partir de la cultura Chibcha, grupo indígena representativo de la región, el cual utilizaban la palabra “SIE” para hacer referencia al recurso hídrico que poseían y que en la actualidad en el municipio de Gachalá es uno de los más representativos y es un elemento que atrae al turista a visitar la región.



Para el logotipo del producto turístico y de sus correspondientes sub-productos se utilizaron formas que resaltan la cultura prehispánica Chibcha, teniendo en cuenta principalmente que el nombre del producto turístico nace de allí; se incluyen formas representativas de la corona de "SIE", que hace referencia a la Diosa del Agua.

Por otro lado, las formas circulares que se presentan en el logo principal del producto turístico SIE "Gachalá Turístico" hacen referencia a la unión de todos los atractivos, actividades, servicios y demás componentes de los sub-productos turístico como la suma de un todo, resaltando la diversidad de oferta turística que posee el municipio de Gachalá y que puede implementado como resultado del trabajo de campo realizado a lo largo del desarrollo del proyecto investigativo. A continuación se presenta el resultado final de SIE "Gachalá Turístico":



ILUSTRACIÓN 2: Logo SIE Gachalá Turístico.
Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

Para cada sub-producto se realizó independientemente un logo el cual comparte características como colores y elementos del logo del producto principal; estos logos hacen referencia a la actividad que engloba cada sub producto diseñado; a continuación se realiza la explicación de las características visuales de los elementos del logo:

Los colores utilizados en el diseño de cada logo parten de las siguientes características:

- Verde: Esta tonalidad se seleccionó de acuerdo a uno de los colores representativos del municipio de Gachalá y al Embalse del Guavio, el cual se caracteriza por ser una zona

fuente de vida para la flora y fauna del ecosistema que habita en esta zona; así mismo hace alusión a uno de los hechos

históricos más importantes que tuvo el municipio en el año 1.967, época en la cual fue hallada la esmeralda más grande del mundo con aproximadamente 7.025 quilates llamada La Emilia.

- Amarillo: Hace referencia al color característico que poseían los elementos precolombinos, y a su vez, a la riqueza con la cual cuenta el municipio de Gachalá.
- Negro: El color negro da un aspecto de elegancia y tradición, dándole como base a cada uno de los logos ese elemento sofisticado y poder que ejerce sobre los mismos.
- Blanco: Es el color universal que genera paz y pureza, se utilizó debido al equilibrio que se quiere generar entre los atractivos que posee el municipio y la experiencia que el turista va a adquirir en la realización de las actividades planteadas en cada sub-producto.

De acuerdo a lo anterior se plantean los siguientes logos de cada sub-producto con sus características:

SIE Acuático: En el diseño de la estructura del logotipo se utilizaron elementos representativos de la corona de SIE, conocida como la Diosa del Agua para la cultura Chibcha, siendo patrona del recurso hídrico que poseía la naturaleza y como patrona del recurso hídrico que poseía la naturaleza y como fuente de vida y crecimiento no solo para el ser humano, sino para todo ser viviente que hiciera parte de la riqueza natural.

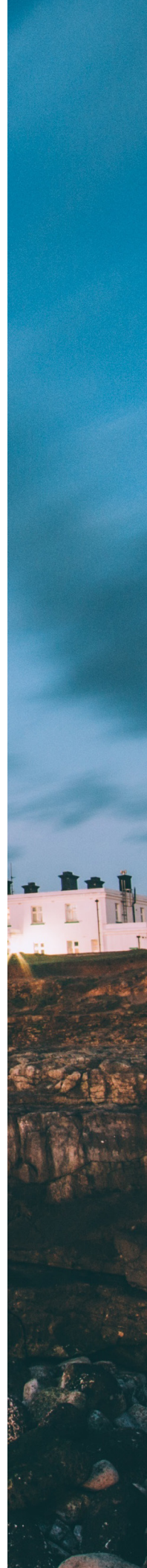




ILUSTRACIÓN 3: Logo SIE Acuático.
Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

SIE Paisajístico: Para este sub-producto se utilizaron formas alusivas al ecosistema que rodea al municipio y sus diversos paisajes que atraen a turistas de todas las regiones del país, así como la representación de la naturaleza por la cultura chibcha en la conservación, protección y adoración a la madre naturaleza.

En este caso el logo también resalta el hogar donde residen diferentes especies endémicas de la zona que hacen parte del avistamiento de aves que se puede observar en el municipio, algunas de estas especies son: Gorrión Ocráceo, Colibrí Verde, Polilla de Monte, Vivuá de Antifaz.



ILUSTRACIÓN 5: Logo SIE Paisajístico.
Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

Finalizando con el proceso del diseño del producto turístico se plantea el esquema del gráfico del producto turístico macro conocido como SIE "Gachalá Turístico", con el propósito de presentar los componentes evaluados y valorizados en cada sub-

producto, así como los servicios complementarios y el espacio en el que serán ejecutados cada uno de los sub productos desarrollados y desglosados anteriormente. El gráfico presentado a continuación ilustra claramente todos los elementos que comprende el producto turístico como resultado final del trabajo investigativo y del trabajo de campo documentado a lo largo de este documento.



Ilustración No. 6. Producto turístico: "Gachalá Náutico". **Fuente:** propia 2017. Modificado "Manual para la planificación de destinos Turísticos " (2014)

Para concluir el diseño del producto turístico y presentar su información detallada se genera la realización de un brochure turístico el cual contiene específicamente los tres sub-productos caracterizados en este capítulo y el gráfico del espacio de cada uno de ellos; esto con el fin de presentar al municipio de Gachalá una idea de canal de comunicación del proyecto turístico denominado SIE "Gachalá Turístico".

Cerrando con el capítulo, se presenta el diseño y distribución del brochure con la información previamente recolectada a través del trabajo de campo realizado; el brochure contiene información sobre los 3 sub-productos turísticos diseñados en este capítulo y el gráfico del espacio utilizado para la realización de las actividades según la temática:

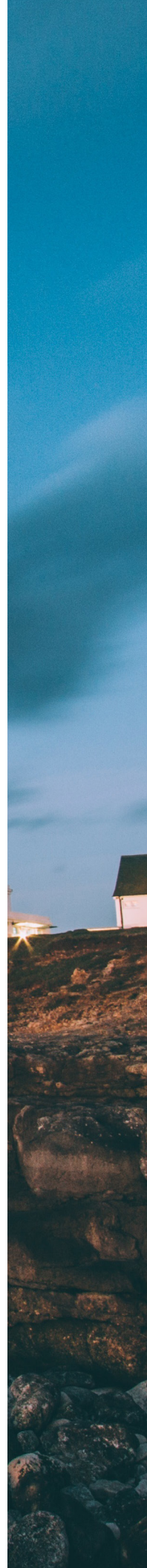




ILUSTRACIÓN 7. Brochure de SIE "Gachalá Turístico"
Diseñado Por: Jonathan Naranjo (Diseñador Gráfico)

CONCLUSIONES

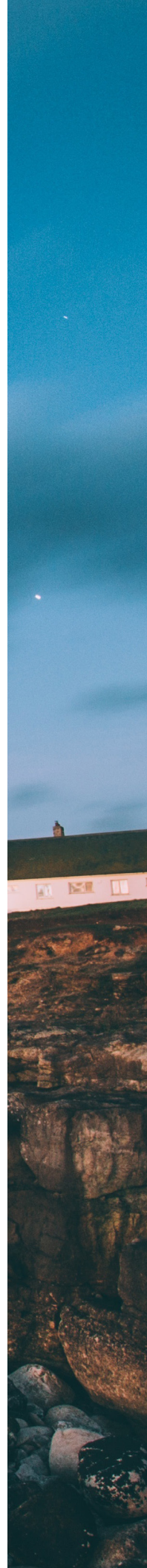
Finalizando con el proceso investigativo se logró concluir que el municipio de Gachalá presenta un gran potencial en el sector turístico a través de los atractivos representativos de la región y el patrimonio cultural inmaterial que posee la comunidad gachaluna; a pesar de que el municipio presenta en el Plan de Desarrollo el avance en el sector turístico en torno al eco y agroturismo, se expone que Gachalá.

Puede incrementar la oferta turística en torno a otras tipologías, como por ejemplo el turismo náutico, el cual a lo largo del proceso investigativo se logró concluir que para los turistas es un tipo de turismo atrayente que presenta diversas opciones para el disfrute de los consumidores de diversas edades; y que para el municipio puede ser una fuente de ingresos, fomentando la generación de empleos en torno al sector turístico y sus actividades complementarias.

Así mismo se reconoce que la oferta actual del municipio a pesar de que posee algunas falencias que debe mejorar, presenta un factor de servicio que atrae a los turistas por su cercanía a la cultura gachaluna a través del talento humano presente en cada PST identificado en la zona.

Igualmente a través de las herramientas de recolección de información se logró identificar que el Prestador de Servicios Turístico CorpoGuavio se encuentra en proceso de acreditación en calidad y sostenibilidad en la parte de Ecoturismo y Turismo de Naturaleza; con el objetivo de lograr promocionar a Gachalá como un destino turístico enfocado en la protección y cuidado del medio ambiente y de los ecosistemas representativos de la zona.

Finalizando se reconoce que el trabajo de campo realizado facilitó la obtención de elementos utilizados en el diseño del producto turístico enfocado en las actividades náuticas potenciales en la zona, así como la unión de atractivos y potencialidades relacionadas con el Embalse del Guavio y la flora y fauna del municipio. El municipio de Gachalá actualmente cuenta con una



infraestructura adecuada para el turismo, pero su oferta de producto y servicios turísticos se encuentra concentrada para una sola época del año, la cual es el mes de octubre durante el FestiGuavio; así mismo los prestadores no cuentan con su respectivo registro nacional de turismo actualizado, uno de los factores incluidos en el apartado de recomendaciones junto con otros aspectos que a pesar de ser reconocidos durante el análisis e investigación en el municipio quedan fuera del rango de trabajo del proyecto.

REFERENCIAS

Acerenza, M. A. (1990). Agencia de Viajes Organización y Operación . México: Trillas

Barreto, A. P. (30 de Mayo de 2010). Globberet. Obtenido de Globberet: <http://gachala.globered.com/categoria.asp?idcat=29>

Beltrán, G. M. (2016- 2019). Plan de Desarrollo "Juntos Construimos Progreso". Gachalá : N.A.

Beltrán, G. M. (2016). Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca. Obtenido de Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#2>

Bensey, G. (2009). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/276/27621944003.pdf>

Bretones Gallardo, M. Á. (2006). UPC. Universitat Politècnica de Catalunya. BarcelonaTech. Obtenido de UPC. Universitat Politècnica de Catalunya. BarcelonaTech: <http://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/4373>

Carrasco, S. F. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*, 14.

Colombia, U. N. (2000). Sistema de Documentación e Información Municipal. Obtenido de Sistema de Documentación e Información Municipal: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/2000%20gachal%C3%A1%20cap%20i%20ii%20y%20iii%20socioecon%C3%B3mico.pdf>

Destinos del Perú. (2014). Manual Para La Planificación de Productos Turísticos. Lima: SWISS CONTACT.

Gobernación de Cundinamarca-IDE CUT. (2010). Inventario de atractivos turísticos municipio de Gachalá.

Javaloyes, E. G. (Julio de 2012). Universidad de Alicante. Obtenido de Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44406/1/TFM_Enrique_Gomez_Javaloyes.pdf

Kotler, P. (2011). Marketing Turístico . Madrid : Pearson Educación. MinCIT. (23 de Noviembre de 2006). Alcaldía de Bogotá. Recuperado el 26 de Septiembre de 2017, de Alcaldía de Bogotá: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>.

MinCIT. (2010). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/MetodologiaInventarioTuristicos2010.pdf>

MinCIT. (26 de Marzo de 2014). MinCIT. Obtenido de MinCIT: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/9318/turismo_nautico_un_sector_con_gran_



potencial_en_colombia

Morillo, M., & Coromoto, M. (2011). Redalyc. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Municipio de Gachalá. (2011). Gachalá-Cundinamarca. Obtenido de Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co>

Municipio de Gachalá. (08 de Agosto de 2013). Municipio de Gachalá. Obtenido de Municipio de Gachalá: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml?apc=bkxx-1-&x=1832511>

Municipio de Gachalá. (27 de Septiembre de 2016). Alcaldía de Gachalá - Cundinamarca. Obtenido de Alcaldía de Gachalá - Cundinamarca: http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml#historia

Ortegon, J. A. (1938). El idioma chibcha o aborigen de Cundinamarca. Bogotá: Imprenta del Departamento.

P., M. a. (2013). ucipfg. Obtenido de ucipfg: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Plan de Gestión Ambiental Regional PGAR-CORPOGUAVIO 2013-2023. (2016). Municipio Gachalá-Cundinamarca. Obtenido de Municipio Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#2>

Programa de Transformación Productiva (PTP). (2014). Banco de Comercio Exterior de Colombia. Obtenido de Banco de Comercio Exterior de Colombia: <https://www.ptp.com.co/documentos/Documento%20Tecnico%20GUIA%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS.pdf>

Salazar, D. V. (01 de Diciembre de 2015). Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/handle/10654/7748>

Secretaria de desarrollo económico del municipio. (2016). Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca. Obtenido de Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#1>

SERNATUR (Servicio Natural de Turismo). (Diciembre de 2015). Asesores en turismo Perú. Obtenido de Asesores en turismo Perú: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

Tendències. (2011). Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci: PCT. Obtenido de Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci: PCT: http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/PCTturisme_Tendencias_6_7_2011_CAST.pdf

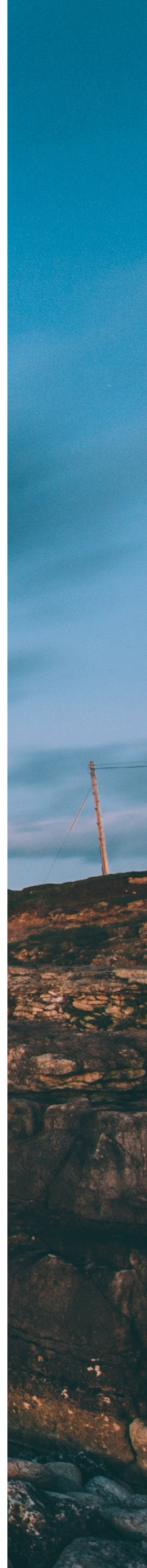
Tourism Consulting S.A.S. (Julio de 2012). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Universidad Externado de Colombia. (2000). Grupo Energía de Bogotá. Obtenido de Grupo Energía de Bogotá: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiSruT9j-7VAhVM7SYKHXBBDIQQFghAMAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.grupoenergiadebogota.com%2Fcontent%2Fdownload%2F549%2F5346%2Ffile%2FTomo%2520III.pdf&usg=AFQjCNFIF97v9ora8>

Varisco, C. (2013). Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico. Obtenido de Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Velásquez, G. T. (Julio de 2012). MinCIT. Obtenido de MinCIT: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Villar, A. (2011). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>





LOS IMAGINARIOS SOCIALES COMO REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA DE LA IDENTIDAD CAMPESINA EN EL TURISMO

Leonardo Castellanos Ramírez

SITUACIÓN CONTEXTUAL

El problema no es repetir el ayer como fórmula para salvarse.
-Silvio Rodríguez-

La vida en el campo ha tenido un significado de dureza, sacrificio, esfuerzo. El sostenimiento alimentario y económico, no solamente de las familias de los lugareños sino de las poblaciones que generalmente viven en las urbes cercanas al espacio rural, ha sido labor que genuinamente pertenece a los campesinos; debido a la producción agrícola y ganadera, ésta se comercializa en las ciudades donde se concentra la mayor cantidad de personas, pero de ésta producción masificada, no solamente está sumado el esfuerzo y la mano de obra del campesino, sino la construcción de significado que de los alimentos, la tierra y la vida en el campo impregna a toda actividad rural que da sentido cultural y social.

El campo dentro de sus cotidianidades, sus actividades culturales y sus habitantes que resuenan en el espesor de la tierra y el sol, como representantes idóneos del desarrollo cultural, social y económico, así como ambiental y patrimonial del territorio donde viven: el campo, producen una amalgama de resultados acordes con el espacio donde se encuentran, dando valor significativo a la estancia rural y a la convivencia con el entorno natural.



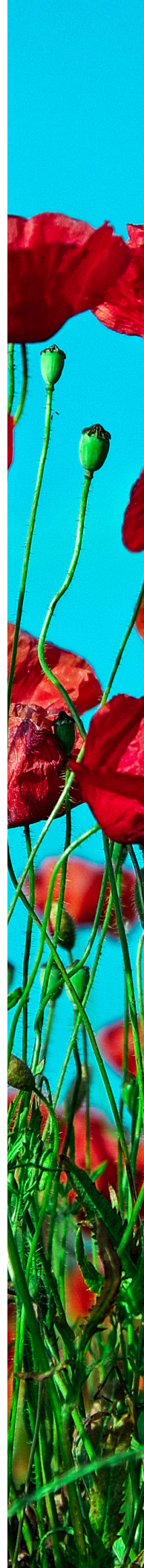
FOTOGRAFÍA No. 1. "Señora Clemencia con turistas"
Fuente: Propia: vereda Requilina

El crecimiento de las ciudades ha conllevado a desplazar los límites de la construcción urbana, buscando así nuevos territorios para asentar a las familias que no poseen vivienda. Debido al desplazamiento forzado, al conflicto armado interno, a la expropiación de la tierra, a los problemas generados por la guerra que Colombia ha vivido durante más de cinco décadas (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2015).

La situación que desemboca en la salida de familias enteras de sus lugares de origen, zonas marginadas por el conflicto, ha generado en las personas desplazadas un desplazamiento motivado por la búsqueda en las principales ciudades de oportunidades de empleo, vivienda y educación.

Este fenómeno es uno de los efectos generadores de la expansión urbana, creciendo de manera misérrima, sin planificación, desde las periferias, llegando a la construcción de viviendas de bajo costo y en lugares no aptos para dichas construcciones, sectores que por su ubicación territorial y geográfica han sido marginadas, explotadas, generando problemas de carácter social, cultural, económico, político y de infraestructura. (Pérez, s.f).

Es por eso que una de las intenciones con este trabajo acercarnos a la construcción del territorio desde los imaginarios sociales, una pieza clave dentro de la investigación



macro, entendiendo que muchos de los pobladores se han puesto a la tarea de evitar que esto siga sucediendo, afectados directamente por el desplazamiento del borde rural - urbano generando cambios violentos al uso del suelo. Si la cultura está siendo "empaquetada" como lo dice Greenwood (como se citó en Mazón, 2001, p. 126), mercantilizándola y vendiéndola, quiere decir que tiene un valor que resulta evidenciado desde lo económico, pero si lo vemos desde otro punto de vista y reflexionamos al respecto, ese valor puede reflejarse en un valor significativo y simbólico, en "capital cultural" (Bourdieu, 1997), permitiendo consolidar una herramienta para luchar contra la expansión urbana, la disminución del espacio rural y la depredación de los ecosistemas protegidos.

LA IDENTIDAD CAMPESINA COMO INSTRUMENTO

Lo peor que le puede pasar a uno es no creer en nada.
Quien no cree en nada se vuelve extranjero de la vida.
-Mercedes Sosa-

Hablar del territorio, la construcción de identidad y las culturas como valor simbólico y significativo, permite visualizar en cierta medida el empoderamiento a las representaciones que la política, la educación y las nuevas formas de manifestaciones culturales han desdibujado hasta la pérdida de sentido social (Bauman, 2000).

Ser, ayudan a construir las herramientas necesarias para abordar temas complejos del tejido social, como la reformulación de planes de gobierno, planes de ordenamiento territorial, políticas públicas y otras que están formuladas desde intereses comunes, pero influenciadas muchas veces por la empresa privada y los empresarios inmobiliarios que a su vez, son los que más fuerza han otorgado para seguir con:



FOTOGRAFÍA No. 2. "Flor de amapola" -
Fuente propia: vereda Requilina

Es por eso que la identidad campesina se ha convertido en la punta de lanza para entender que toda manifestación cultural, donde se refleje la identidad, puede servir para el cuidado de los territorios, la protección de los sistemas bióticos y la conservación de actividades dirigidas al buen vivir (Escobar, 2010).

PROPÓSITOS DE REFLEXIÓN

La meta es partir.
-Giuseppe Ungaretti-

El presente texto se articula al proyecto de investigación titulado Imaginarios territoriales desde la identidad campesina: la vereda la Requilina de la localidad de Usme y sus dinámicas de turismo rural para la defensa del territorio, proponiendo desde la matriz misma de la investigación un objetivo planteado a reconocer dichos imaginarios que juegan el papel de resignificar el territorio, la identidad campesina y las actividades propias del campo; pero es importante trazar algunas directrices que permitan desglosar cada una de las partes de la investigación, proponiendo a su vez algunos planteamientos reflexivos de dicho ejercicio académico.

Dentro de los apéndices que se pretenden abordar, se busca analizar la construcción paisajística del territorio rural a partir de los imaginarios sociales y la identidad campesina; identificar la expansión urbana como un problema que afecta la ruralidad y las reservas naturales y; reconocer la identidad campesina como herramienta de protección del espacio rural.

ABORDAR EL TERRITORIO DESDE EL IMAGINARIO SOCIAL

La música es el territorio
Donde nada nos hace daño.
-Andrés Calamaro-

El territorio desde su carácter simbólico y físico (Bejarano, 2009), debe manifestar primero la construcción simbólica de la cultura y del paisaje, para así entender la forma de cómo los campesinos ven su lugar de residencia y así poderla considerar una herramienta efectiva de intervención social

ante las esferas políticas, gubernamentales y empresariales. Bogotá siendo la capital del país, posee más de un 75% de territorio rural, ubicando al suroriente de la ciudad a las localidades, Usme, Sumapaz y Ciudad Bolívar, lugares que contienen la mayor cantidad de población rural: Usme con 17.000 para un total de 34% con respecto a Sumapaz que contiene 11.600 y Ciudad Bolívar que posee 11.100, personas aproximadamente (Secretaría Distrital de Planeación [SDP], 2011).

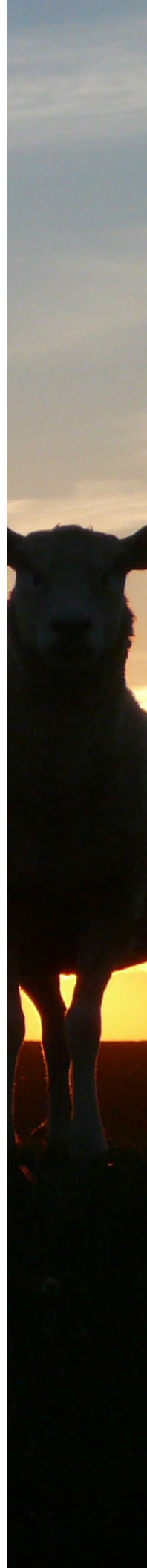
Usme en calidad de localidad representa un espacio rural bastante considerable, siendo la puerta de entrada al paramo de Sumapaz que alberga el 43% de páramos del mundo.

La importancia de Usme como sitio de ingreso a este complejo ecosistémico, que es Sumapaz, tiene la responsabilidad de proteger y conservar su lindero, que limita con el páramo, pero que efectivamente no se ve en lo físico, sino en lo simbólico.



FOTOGRAFÍA No. 3. "Turistas fotografiando oveja"
Fuente propia: vereda Requilina

Los campesinos y campesinas que han desarrollado actividades colectivas, acciones asociativas y movilización en pro del territorio, aportan a reestablecerse de manera conjunta y a situarse en el mercado sus actividades económicas como producto turístico, siendo el vivo reflejo de la ruralidad cercana



a espacios sobrepoblados de la urbanidad citadina, ya que Usme está ubicada en "(...) donde cada vez más se concentra una población numerosa y que no puede ser definida claramente, ni como urbana ni como rural" (Castaño, 2005, p. 204).

Algo que sucede con muchos de los campesinos y campesinas que viven a las afueras del sector veredal, o sea, cerca de la ciudad, en los perímetros del sector rural. Estos campesinos han optado por desarrollar gran capacidad de discurso y acción ciudadana para lograr defenderse de la oferta que se ha extendido en estos lugares, buscando comprar los terrenos con el fin de usarlos para la construcción de viviendas de interés social.

Dado el ingreso de entidades privadas buscando de manera interesada obtener beneficios de los terrenos rurales, las mujeres y hombres de Usme se dan a la tarea de revivir su identidad campesina como medio de lucha, pero también con el fin de reavivar las costumbres casi perdidas, folclóricas, alimentarias, artesanales, y de apropiación ancestral del lugar, donde aún perviven restos arqueológicos de los antiguos pasos de las comunidades Mhuysqas (Rodríguez, 2014), reavivadas por los jóvenes, principales interesados de esta cultura. La construcción de identidad que los jóvenes vienen apropiando y parte del imaginario social de la comunidad, en las que también han trabajado bastante sus padres campesinos, han restablecido los códigos e imaginarios que estos territorios habían mantenido escondidos en cada una de las tradiciones y costumbres; las familias que habitan la ruralidad de Usme, perciben no solo en los atuendos que usan, sus formas de hablar o relacionarse, que según Castoriadis es lo que percibe el visitante como su propia identidad (como se citó en Nogué, 2012).

Cabe entender que todas estas manifestaciones trascienden del sujeto y se reflejan en el paisaje y el territorio, considerando a Joan Nogué (2012) y su perspectiva del territorio "que conlleva un enfoque multidimensional y la consideración de una multiplicidad de valores" (p. 135), permitiendo articular entre el imaginario que llega del sujeto globalizado y el autóctono que crea nuevos imaginarios, evitando la separación demarcada



entre el paisaje real y el representado (Nogué, 2012). Es claro notar la importancia de la cultura campesina para estos pobladores que han empezado a transformar sus actividades rutinarias en compendios de productos/servicios para el turismo, un foco que ha significado no solo la recepción de recursos públicos para el fortalecimiento de sus dinámicas turísticas sino también reforzar desde el optimismo de la UNESCO (1967) (como se citó en Mazón, p. 30) que el "turismo es un vehículo que facilita enormemente el intercambio cultural pues tanto los turistas como las sociedades receptoras aprenden unos de otros".



FOTOGRAFÍA No. 4. "invernadero"
Fuente propia: vereda Requilina

Rescatando cualidades de identidad, el turismo ha hecho que los pobladores locales empiecen a visualizar el territorio como un destino agroturístico, natural, donde se aprovechen todos sus recursos ecológicos, sociales, culturales, multidimensionales (Nogué, 2012), sosteniendo al turismo como un elemento de la cultura humana, que forma parte de un determinado estilo de vida y de su contexto (Castaño, 2005).

Esta idea debe ser reflejada en las concepciones por las cuales, como manifiesta Thurot (1976) el rescate de la identidad y la revitalización de las culturas que poseen un marcado valor turístico, puede fortalecerse con la llegada de turistas que buscan la tradición y las costumbres autóctonas de las regiones, como medio de ocio y descanso (Mazón, 2001), orientadas a las acciones que se deben de generar en los espacios rurales de Bogotá, haciéndolas visibles e importantes.

Cabe resaltar que dichas manifestaciones culturales y autóctonas, que empiezan a surgir del pasado y que se insertan en el discurso de los jóvenes, reforzadas por las ideas de identidad de los viejos, han sido solicitadas aceleradamente por los gobiernos locales, en aras de promover nuevas fuentes de ingreso y desarrollo para estos sectores (Castaño, 2005).

REFLEXIONES Y CONSIDERACIONES

Quiero morir siendo esclavo de los principios,
no de los hombres.
-Emiliano Zapata-

Debemos hallar la forma de generar estudios conscientes en los territorios bogotanos, reflejados desde la cotidianidad y desde la identidad, no solo de sus territorios sino de sus pobladores como actores principales de desarrollo, los campesinos y campesinas, que aunque permeados por la ciudad, aún responden al carácter simbólico de la identidad del territorio.

La situación de vivir en la frontera urbano-rural y debido a la lucha constante por la protección de las tierras y del territorio, surgen los siguientes interrogantes que desprenden varios grados de análisis y que pueden significar el desarrollo de estudios académicos posteriores orientados a debatir estos temas.

Desde la resignificación de la identidad campesina y la promoción de nuevas formas de actividades, ¿es posible que se esté creando un producto turístico cultural impregnado de sentido de falsificación y escenificación? El "abuso de los muertos" (MacCanell, 1973) o la "sinceridad" (Taylor, 2001), ¿son reflejo de la falta de estudios que inciden en las culturas campesinas del territorio de Bogotá? La búsqueda de actividades turísticas en lugares y regiones que se han visto envueltas en los discursos desarrollistas de occidente, por ejemplo Bogotá y las regiones aledañas con la llegada de la cooperación internacional, ¿están siendo replicadas por los gobiernos locales en la inyección de capital para encontrar resultados concretos en términos de desarrollo en las periferias de la ciudad?

Algunos interrogantes (y otros más) quedan en la mesa de debate; temas que inconclusos dentro de este documento y que merecen un análisis profundo de estudio, expresan el gran interés que hay hacia el rescate de la cultura campesina por parte los gobiernos locales; por parte de las organizaciones sociales; por parte de las comunidades indígenas y por parte de los mismos campesinos.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica. México.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona, España. Anagrama.

Castaño, J.M (2005) *Psicología Social de los viajes y del turismo*. Madrid, España. Thomson.

Centro Nacional de Memoria Histórica (2015) *Una nación desplazada: informe nacional del desplazamiento forzado en Colombia*, Bogotá, CNMH – UARIV.

El Tiempo, (2012). *Una guerra que lleva más de 50 años*. Colombia. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12194482>.

ElTiempo,(2014).*Ciudadesdebencontrolarmáslaexpansiónurbana*. Colombia. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/rio-20-bogota-expansion-urbana-/14378236>.

Escobar, A. (2010) *Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Fondo editorial de la Facultad de Ciencias Sociales - U. Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Grajales, S, y Concheiro, L. (2009). *Nueva ruralidad y desarrollo territorial. Una perspectiva desde los sujetos sociales*. Veredas, 18. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Mazón, T. (2001) *Sociología del Turismo*. Madrid, España. Centro de estudios Ramón Areces SA.

Nogué, J. (2012) *Intervención en imaginarios paisajísticos y creación de identidades territoriales*. Geografías de lo imaginario. Girona, España. Anthropos.

Parques Nacionales Naturales de Colombia, PNN. Recuperado de <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/parques-nacionales/parque-nacional-natural-sumapaz/>

Pérez, A 2003. *La expansión urbana de Bogotá*. Recuperado de http://institutedestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion_digital/Expansion_Urbana/Expansion_Urbana_Bogota-Perez_Alfonso.pdf

Secretaria Distrital de Planeación SDP, (2011). *Diagnóstico de los aspectos físicos demográficos y socioeconómicos, 2011* secretaria distrital de planeación. Alcaldía Mayor de Bogotá.

Taylor, J.P. (2001) *Authenticity and sincerity in tourism*. En *Annal of tourism research*. 28 – 1, pp 7-26.

Bejarano, E. (2009). *Una geografía del turismo para la comprensión de la territorialización turística*. Ponencia presentada en el XII Encuentro de Geográficos de América Latina “Caminando en una América Latina en transformación, 1-17.

Rodríguez, A. (2014). *Patrimonio y memoria: encuentros y desencuentros por el hallazgo del cementerio muisca en la hacienda El Carmen*, en Bogotá, DC. *Campos en Ciencias Sociales*, 2(2), 207-223.

Araque, G. y Llano, F. (2018). “El viaje y el recorrido como innovación educativa: El turismo de memoria y la didáctica del patrimonio como recursos educativos para enfrentar el posconflicto colombiano”. En: *Experiencias en innovación educativa*. Bogotá: Ediciones de la U, p. 430 - 441.





RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA GASTRONÓMICA COCINA TRADICIONAL EN EL ALTIPLANO CUNDIBOYACENSE COLOMBIANO (CASO PLATO DE INDIOS Y SUS VARIABLES, ZONA VILLA DE LEYVA E INFLUENCIA)

Félix Eduardo Rodríguez Medina
Elizabeth Araque Elaica

Introducción

Dada la naturaleza de Colombia, su variedad de climas, cordilleras, valles, selvas y demás accidentes geográficos, aunados a una amplia gama de tradiciones e influencias culturales a lo largo de su historia, la cocina se caracteriza entonces por una “variedad y exquisitez” (Alzate, 2003, p. 141), que enriquecen de amplia manera el desarrollo de las especies de un pueblo (filogénesis) y de la cultura de sus habitantes (ontogénesis).

Ubicado en la región Andina, se encuentra el altiplano cundiboyacense (que también configura una subregión cultural con el mismo nombre); es allí donde cada pueblo dio lo suyo, el Muisca (Chibcha por su familia lingüística) que por ejemplo aportó el maíz (componente básico de la dieta indígena), así como la papa, los tallos, el tomate, las chuguas o rubas y la cocción por acción del vapor. Los españoles contribuyeron con el cerdo, la cebolla junca y la acción de freír entre otros aspectos.

En esta zona se encuentra uno de los ejes de mayor actividad turística de Colombia, que en gran parte centra sus visitas en Villa de Leyva (Boyacá) como lugar que desde el año 2010 forma parte de la “Red de Turística de Pueblos Patrimonio” (iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia); este municipio ejerce amplia influencia sobre otros lugares cercanos con vocación turística (Chiquinquirá, Sutamarchan, Sáchica,

Gachántiva), así como aquellos que se encuentran en su zona de influencia, con costumbres gastronómicas similares (Tunja, Paipa, Tuta y Sotáquira), y que es donde se centró el desarrollo de la investigación.

Como se citó, existen orígenes antiquísimos y comunes de las costumbres gastronómicas en la zona, bien como herencias del pueblo Muisca o como producto de la Conquista; esta última se puede considerar un resultado de la búsqueda de fuentes financieras dada la quebrada economía de la Península luego de la Reconquista.

A ella se refiere el clérigo López de Gómara en Historia General de las Indias (1552) citado por Díaz Simón (2011, p. 162) diciendo que “los españoles, acabada la conquista de los moros, comenzaron con los indígenas”, hecho que generó un amplio intercambio cultural y de productos que enriquecieron las cocinas de los dos pueblos.

Según Alzate, el país se caracteriza por una cocina en donde su territorio es un vasto mantel en el que se oficia un banquete generoso y diverso (2003, p. 142); la actividad se distingue por un proceso de mestizaje étnico-cultural, así como de aculturación de la gastronomía regional.

El fenómeno en lo sociológico es tratado inicialmente por Ortiz (1983) y entendido como un proceso transitivo de una cultura a otra, que no solo consiste en adquirir una distinta a la propia, que es lo que en rigor indica la voz angloamericana “acculturation”, sino que el proceso implica también necesariamente la pérdida o desarraigo de un saber precedente, lo que pudiera decirse una parcial desculturación.

Esta última se entiende como “el despojo y pérdida de elementos de la cultura propia, en donde se incluyen los conocimientos tradicionales y herramientas culturales” (Glauser, 2010, p. 9), pero aquí lo más preocupante es la difusión de la monocultura que, según el mismo autor, va “erosionando alternativas viables a la sociedad industrial orientada al crecimiento, al tiempo que se mutila peligrosamente la capacidad de



la humanidad para enfrentar a un futuro crecientemente diferente con respuestas creativas”. También se producen otros fenómenos como el de la aculturación, que es “el proceso por el cual el contacto entre grupos culturales diferentes lleva a la adquisición de nuevos patrones culturales por parte de uno, o los dos grupos, con la adopción de parte o toda la cultura del otro grupo” (Pérez, 2011, p. 393). Ahora bien, el término de aculturación no siempre tiene una connotación negativa sino más bien una significancia derivada del encuentro de vivencias y experiencias según Sam&Berry (2010) citado por Noriza Ishak et al (2013) ya que ella explica “the process of cultural and psychological change or alteration that results following a meeting between cultures” (p. 439) y bien es cierto que nuestra cocina fue aculturada “en diferentes grados por la europea, la africana y la asiática” (Rojas de Perdomo, 2012, p.209).

En estos momentos se nota en la citada región un proceso que preocupa en lo referido a la pérdida de ese patrimonio cultural inmaterial, del cual hace parte la memoria gastronómica, que el Ministerio de Cultura bajo su actual programa de “Salvaguardia Integral del Patrimonio Cultural Inmaterial” busca identificar para la preservación de la historia, tradiciones y costumbres nacionales y que además está incluida en su política cultural.

Es aquí donde toma importancia la cocina como arte, es decir, un conjunto de procedimientos, técnicas y elementos que tienen como finalidad agradar a nuestros sentidos (gusto, vista, tacto, olfato) (Unigarro, 2010, p. 15) y que va también más allá de poseer una gran carga simbólica (teniendo en cuenta la presencia física de un plato de comida), sino también la importancia antropológica de la misma dada la cantidad de relaciones que en ella se establecen (religiosas, de tendencias, políticas, etc.).

Otros temas de relevancia son la importancia de la soberanía alimentaria por conservación de productos, elementos, herramientas, procesos y técnicas de preparación propias.

Para el caso de los “Indios”, según Quesada C., y Villamil G. (2016), su preparación se hace para determinados

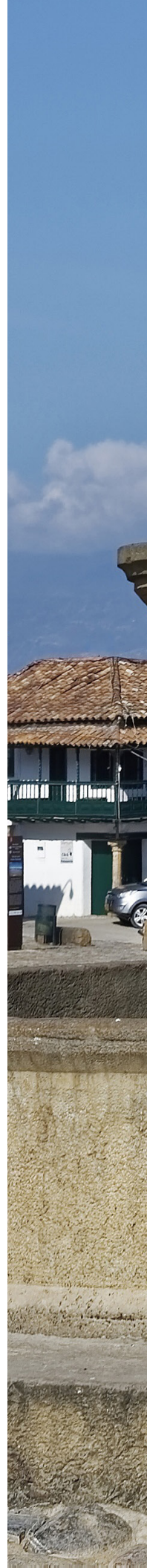
grupos, especialmente amigos y familiares, y en tal sentido su confección se corresponde al gusto y disposición de materia prima de quien los hace y esto genera una amplia variedad de alimentos que se incluyen y están a su disposición al momento, sin que estos correspondan a una fórmula magistral o especial; esta es una de las razones para que haya multiplicidad de variables del plato sobre la base de utilización del maíz y los tallos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para abordar el problema, y como parte inicial del proceso hasta el diseño de un producto turístico gastronómico para la región (programado a unos 3 años), se realizó el barrido bibliográfico y otra consulta de fuentes (primarias y secundarias), así como un trabajo de campo que incluyó los municipios de Ventaquemada, Sotáquira, Tuta, Tunja y Villa de Leyva (proceso registrado en un trabajo escrito y su video) por ser esta una investigación eminentemente cualitativa.

Este recorrido llevó a la entrevista de la propietaria del restaurante "Estime Sumerce" (Lida Moreno - Ventaquemada), el diagnóstico de oferta de platos de la cocina regional y tradicional de establecimientos gastronómicos en Tunja y Villa de Leyva (Centro Histórico), la visita a uno de los restaurantes de mayor reconocimiento de preparaciones de la cocina típica boyacense como lo es "Doña Paulina" (con una entrevista a la Sra Gloria Soledad Amezcuita García en Sotáquira), para luego pasar a la confección y registro fílmico de una de las variables del Plato "Indios" realizada por una de las portadoras de la memoria gastronómica tradicional (Sra. Ana Tulia Escobar de Avilá de Tuta).

Posteriormente se pasó a la recreación, mejora e innovación del plato "Indios" en un taller cerrado desarrollado en las cocinas de la Fundación Universitaria San Mateo de Bogotá, procesos cuyas conclusiones se presentarán posteriormente en este trabajo.



Ahora bien, el proceso de consulta llevo a considerar varios enfoques según Pérez (2008), dentro de los cuales están:

- El enfoque estructuralista desde la antropología de Claude Lévi -Strauss aplicado a la cocina. De acuerdo con la teoría estructural, dentro de una cultura el significado.

es producido y reproducido a través de varias prácticas, fenómenos y actividades que sirven como sistemas de significación; se toma este último modo de proceder para entender relaciones tan complejas que determinan una cocina teniendo en cuenta la cantidad elementos que la componen (cultura, alimentos, idiosincrasia, etc.) intentando comprender cada uno de ellos y qué tipo de sistema forman en conjunto.

- El enfoque del culturalismo simbólico de Ferdinand de Saussure en el que se plantea la existencia de "gustemas" que configuran los lenguajes culinarios de ciertas culturas y sus características propias.

Por otro lado, esta es una investigación cualitativa con elementos descriptivos y experimentación aplicada al proceso de mejora e innovación final de la preparación de los "Indios". Para el despliegue de la actividad se tuvieron en cuenta las siguientes fases:

PRIMERA

1) Se realizó el levantamiento del estado del arte frente al tema tratado del plato "Indios" en la región cundiboyacense de Villa de Leyva y zona de influencia cuestión que implicó una visita de trabajo de campo.

2) Luego se hizo un trabajo monográfico que permitió reconocer la importancia de la recuperación de las raíces histórico-culturales y sus transformaciones en la cocina tradicional regional de la zona del proceso investigativo.

3) Paso seguido se desarrolló la reconstrucción, registro y proceso de confección del plato "Indios" y algunas de sus variables de la citada zona geográfica a través de los portadores de la memoria gastronómica

4) A la par se generó una Red de investigación y trabajo colaborativo, que incluyó el tema de semilleros de investigación en torno al tema de la cocina tradicional nacional y regional colombianas de instituciones de formación en la ciudad de Bogotá y zona de estudio.

SEGUNDA

1) Se logró el afianzamiento de la Red de investigación y trabajo colaborativo en torno al tema de la cocina tradicional nacional y regional colombianas de instituciones de formación en la ciudad de Bogotá y zona de estudio.

2) Se realizó la recreación del Plato “Indios” y tres de sus variables mediante un taller cerrado que permitió el análisis para su mejora e innovación.

3) Se hicieron públicos los resultados y avances del proceso investigativo realizado a través de un evento académico de presentación de las mismas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las actividades que se desarrollaron estuvieron en coherencia con el cronograma de despliegue del proyecto y sus resultados son: En cuanto al levantamiento del Estado del Arte se completó el barrido bibliográfico en las bibliotecas de centros de formación afines a la Gastronomía y otras relacionadas con estudios en el área de Antropología y Sociología (Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos, Biblioteca Luis Ángel Arango, Biblioteca Corporación Unificada Nacional, Biblioteca Academia Colombiana de Historia).

Además, se ha hecho el proceso de revisión de webgrafía de bases de datos (JURN, RefSeek, Springer) y el contacto con profesionales o personas que trabajan en el tema de los cuales se logró el contacto para su colaboración en la investigación:

en Villa de Leyva Sebastián Cortés (Profesional en Ciencias Sociales UPTC), Yesid Quiñones (antropólogo Universidad Nacional) en Bogotá, Gloria Soledad Amezcua (propietaria/cocinera Restaurante Doña Paulina) en Sotáquira (Boyacá), Lida Moreno (administradora hotelera Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC, propietaria Restaurante “Estime Sumerce”) en Ventaquemada).

Este proceso en buena parte contó con el apoyo del semillero de investigación compuesto por cuatro estudiantes del Programa de Gastronomía de la Fundación Universitaria San Mateo (Jaime Velasco, Paula Carreño, Jhon Álvarez y Oscar Duque) así como la intervención directa de cuatro estudiantes del Programa de Ayudantías de la Institución.

En cuanto a la conformación de la Red de Investigación se logró su constitución (cuyo referente se encuentra en la introducción del libro) bajo el nombre de “Red de Investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo GHT” de su trabajo se desprende el “Primer Encuentro Académico”, cuyas memorias que son la --parte principal de la publicación.

En lo referido al proceso investigativo del proyecto se desarrolló un trabajo de campo sobre todo en Villa de Leyva, Ventaquemada, Tunja (y su Vereda Runta) y Sotaquirá para lograr el acercamiento a la zona de trabajo y su recorrido con el grupo de investigación que se realizó en la primera semana de marzo de 2017. Una de las manifestaciones paradójicas del trabajo de campo fue el hecho de que por ejemplo en Villa de Leyva, en su centro histórico y zonas aledañas, se encuentren contados establecimientos que hagan cocina tradicional popular colombiana, pero si se posicionan en primeros lugares la italiana, española y libanesa.

Sus referentes de búsqueda en Internet (Tripadvisor o Minube) o impresos son muy pocos y presentan cierta parcialización hacia la comercialización del producto gastronómico, y son solo una de las manifestaciones del



trabajo pendiente que se debe dar para el estudio, análisis, mejora e innovación de la cocina regional cundiboyacense. Como resultado del proceso anterior, y mediante el uso de diarios de campo se logró el diagnóstico de la oferta gastronómica, así como la visita a uno de los establecimientos de mayor relevancia y tradición en la preparación especialmente de “Indios” y “Empedrados” (especie de minitamales), como lo es el Restaurante “Doña Paulina” (Sotáquira); también la entrevista a Lida Moreno (Profesional de la UPTC en Adm. Turística y Hotelera), dueña del Restaurante “Estime Sumerché” (Ventaquemada).

De otra parte, se logró la confección y registro audiovisual del plato “Indios” mediante la invaluable colaboración de la Portadora de la memoria Gastronómica Ancestral, la Sra. Ana Tulia Escobar de Ávila, que lo aprendió de su madre en Tuta. Todos estos registros permitieron la edición de un video con los ya citados elementos haciendo uso de la experiencia acopiada se pasó a realizar un Taller cerrado de recreación, mejoramiento e innovación que se presenta a continuación.

INFORME TALLER CERRADO RECREACION, MEJORA E INNOVACIÓN PLATO DE LOS INDIOS

Este taller hizo con el fin de desarrollar la sistematización, análisis y reconstrucción del plato de los “Indios”; dicha actividad se realizó en la ciudad de Tunja en casa de la Sra. Ana Tulia Escobar de Ávila (Portadora de la Memoria Gastronómica Ancestral). En el taller cerrado se hizo una recreación del plato, luego dos variables del plato, una de mejoramiento y otra de innovación; todo esto sin afectar el aspecto básico de origen de los “Indios”.

En la mejora e innovación se buscó que las personas pudiesen tener acceso a materias primas de fácil consecución, ya que el original lleva tallos y estas variables llevan acelgas (normal y de colores) que son más asequibles en el mercado, así como aceite de oliva para el cuerpo graso del moje de la mezcla.

Objetivo General del taller cerrado:

- Desarrollar la recreación del plato de los “Indios” y además variable de mejora y 1 de innovación del mismo.

Objetivos Específicos:

- Profundizar en el plato autóctono “Los Indios” mejorando su contenido graso, con la utilización del aceite de oliva en vez de la papada del cerdo.
- Innovar en aspectos como la presentación del plato, con la meta de que sea más atractivo al público, así como

con el cambio de los tallos, tradicionalmente utilizados en la confección del plato, por acelgas comunes (Beta vulgaris) y acelgas de colores (conocida como acelga de colores china en el mercado colombiano).

RECUENTO DEL PASO A PASO DE LA CONFECCIÓN DEL PLATO “INDIOS”

Mise in place - Se corta la cebolla y el ajo finamente picado, se porcionan las carnes (gallina criolla, res, cerdo), de igual forma la yuca, la papa de año - tamaño medio grande - (se dejan unas en cuartos y otras por mitades), se lavan los tallos y acelgas. Relleno de hojas Primero se hace el moje (en las imágenes se presentan de izquierda a derecha):

- Plato original - cebolla y mantequilla
- Innovación - cebolla, ajo, achiote, aceite de oliva.
- Mejoramiento - cebolla y aceite de oliva.



IMAGEN 1: Diversos mojes de los Indios. Fuente.: El Autor

Cuando ya está el moje se toma una hoja de tallo o acelga (quitándole una parte del pedículo para que quede la parte succulenta de la hoja); se agrega una cucharada del mismo en la parte baja de la hoja. Para tal fin se cierra la hoja y empieza a esparcir el moje hacia arriba con los dedos hasta que se quite todo el exceso de moje para que cuando este cocinando no se “vacíe” el contenido.



IMAGEN 2: Relleno con moje de las hojas para los Indios. *Fuente:* El Autor

En el momento de la cocción los ingredientes se colocan por “capas” iniciando por la papa de año en el fondo que es más dura que los demás ingredientes; en ese orden de ideas los siguientes ingredientes van:

1. Papa Sabanera.
2. Yuca.
3. Carnes (Gallina, Cerdo y Res).
4. Habas.
5. Arvejas.
6. Tallos

En el proceso de emplatado se realizaron los siguientes procedimientos:

a) Montaje Tradicional: simplemente se toma el plato y de la preparación que está en el fondo u olla de preparación se trata de tomar las porciones según vaya para que comensal (mayores o menores raciones) sin un orden especial de presentación.



IMAGEN 3: Emplatado tradicional plato “Indios”. *Fuente:* El Autor

Montaje mejorado: allí se tomaron los “Indios” hechos en hojas de acelga, moje con aceite de Oliva. La distribución se mejoró ubicando las carnes en espacios especiales, separados de la papa/yuca, el maíz mute y las hojas de acelga; también se le dio mayor contraste con un plato de mayor colorido.



IMAGEN 4: Emplatado tradicional plato “Indios”. *Fuente:* El Autor

Montaje mejorado: en este caso se sirven los “Indios” en hoja de Acelga de colores (llamada Acelga China en el mercado colombiano) para transmitir mayor vivacidad al plato, las alverjas se cocinaron y saltearon aparte y cada uno de los ingredientes tiene un espacio en el palto. El moje va con aceite de oliva y achiote.



IMAGEN 4. Emplatado innovación plato “Indios”. Fuente: El Autor



IMAGEN 5: Presentación comparativa para plato “Indios” (de izquierda a derecha, innovación, mejorada, tradicional). Fuente: El Autor

CONCLUSIONES DEL TALLER

Contenido graso: Al experimentar con un cuerpo graso como el aceite de oliva (contenido más bajo en colesterol), el moje se hace más manejable y suave, más no toma una consistencia pegajosa, como la que se manejó con mantequilla.

Hojas: Las acelgas utilizadas son más complicadas de rellenar con el moje, los tallos son menos resistentes al momento de cocinarlos y esto hace que al servir se quiebren más fácil. El aspecto de las acelgas de colores es muy favorable para la presentación. Texturas: Se decidió hacer un puré de habas que fue aceptado muy favorablemente, junto a unas arvejas sofridas en el plato de innovación; estos dos elementos agregaron esteticidad al plato.

Mejoramiento formato evaluación de las preparaciones: Se evidencio que las personas invitadas a la degustación no comprendían de manera clara el diseño del formato que se usó para la calificación de la preparación; en vista de eso se decide rediseñar dicho formato.



IMAGEN 6: Presentación comparativa para plato “Indios” ante los evaluadores de los mismos (estudiantes, docentes, administrativos de la Institución). Fuente : El Autor



IMAGEN 7: Degustación comparativa plato “Indios” ante los evaluadores de los mismos (estudiantes, docentes, administrativos de la Institución).
Fuente: El Autor

CONCLUSIONES

Como se citó anteriormente el marco teórico, aunque existen diversas categorías de estudio como la memoria, saberes y tradición que muchas veces no se mencionan, se pudo notar que para la labor de construcción hay poca literatura o trabajos especializados en torno al tema tratado.

Una buena parte están realizados por antropólogos y sociólogos o personas con otro tipo de formación profesional y no por gastrónomos, cuestión que llama la atención en la necesidad de brindar una formación que busque el fortalecimiento de las competencias investigativas de los estudiantes de programas relacionados con la investigación gastronómica.

En el trabajo de campo del Patrimonio Cultural Intangible (PCI) es notoria la baja presencia y posicionamiento de la cocina tradicional popular del país, por razones como las que se cita en el documento de “Política de salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial” del Ministerio de Cultura colombiano, más aún cuando “no se cuenta con un diagnóstico integrado sobre el estado actual del PCI, tarea muy difícil de realizar por la

amplitud y complejidad de los campos que abarca”. Esta situación también se palpa en destinos como lo son Villa de Leyva o Tunja, referentes del turismo nacional e internacional del país, cuestión que recalca la necesidad e importancia de trabajos como el que se está realizando. Por otro lado, se requiere un trabajo integral con las comunidades locales para el afianzamiento y desarrollo de este tipo de cocina.

También se hace necesario establecer contactos con profesionales e instituciones como el Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello (IPANC) con sede en Quito (Ecuador) que ya han adelantado trabajos sobre el tema de investigación y poseen experiencia en el campo de estudio.

Frente al proceso mismo de la confección de la preparación es posible buscar elementos que reemplazan al cuerpo graso, en vez de grasa de cerdo – papada – se puede hacer uso del aceite de oliva que sin dañar el manejo del moje y el sabor, dan mayor posibilidad de colocación y atención a la preparación para algunos segmentos que cuidan mucho este aspecto, ya sea por enfermedad (hipercolesterolemia, sobrepeso, etc.).

Por otro lado el reemplazo de las hojas de tallo, de más difícil consecución en algunas regiones incluso del altiplano cundiboyacense, da mayor posibilidad de consecución de las Acelgas.

LITERATURA CITADA

Alzate, Jaime (2003). Panorámica de la cocina Colombiana. Anuario de Turismo y Sociedad. Vol. V, N° 2, [pp. 141, 142]
Díaz Simón, Á. (2011). Recetas con Historia. Villatuerta, Navarra : Gráficas Estella.

Glaser, O. (2010). Desculturación y regeneración cultural. Asunción (Paraguay) : QR Producciones.

Noriza, I. (2013). Influence of Acculturation on Foodways among Ethnic Groups and Common Acceptable Food. Recuperado en noviembre 20 de 2016. Disponible en www.sciencedirect.com

Ortiz, F. (1983). Del fenómeno social de la transculturación en Cuba y su importancia en Cuba. Recuperado en noviembre 25 de 2016. Disponible en http://www.ffo.cult.cu/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=80

Pérez, R. (2008). Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación 2008. Recuperado en octubre de 2016. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520798015.pdf>

Quesada-Cárdenas, E.G. & Villamil-Guzmán, C.I. (2016). Los indios y los empedrados sotaquireños. Jangwa Pana, 15 (1), 58 - 70

Rodríguez Cuenca, J. V. (1999). Los Chibchas: pobladores antiguos de los Andes Orientales, adaptaciones bioculturales. Bogotá, Colombia: Editorial Guadalupe.

Unirrago Solarte, C. (2010). Patrimonio cultural alimentario. Quito, Ecuador: Ediciones La Tierra.

Acerca de los Autores

Jorge Alexander Mora Forero

Docente y líder de investigador del Programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Virtual y Distancia. Especialista en Gestión Financiera de la Universidad Sergio Arboleda y maestrante en educación en la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. Administrador turístico y hotelero por la Corporación Unificada de Educación Superior - CUN.

Yarleidy Lorena Salazar Toro

Profesional en Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Cuenta con experiencia investigativa en la planificación y gestión del sector turístico con referencia en cuanto a metodologías sociales y organizacionales para el fortalecimiento de diversos proyectos en el desarrollo de facilidades turísticas en especial: turismo comunitario, y turismo de naturaleza.

Kimberly Ginneth Agudelo Rodríguez

Profesional en Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Andrés Cubides Ardila

Profesional en Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Ashley Yineth Cuevas Méndez

Profesional en Hotelería y Turismo de la Universidad Agustina.

Paula Daniela Hernández

Profesional en Hotelería y Turismo de la Universidad Agustiniiana.

Julieth Margarita Zambrano Fernández

Profesional en Hotelería y Turismo de la Universidad Agustiniiana.

Leonardo Castellanos Ramírez

Investigador docente de la Corporación Universitaria UNITEC. Magister en Planificación y Gestión en Turismo de la Universidad Externado de Colombia. Especialista en Tecnología en Gestión de Proyectos del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.

Félix Eduardo Rodríguez Medina

Docente Investigador del Programa de Gastronomía, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Fundación Universitaria San Mateo. Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad del Tolima.

Elizabeth Araque Elaica

Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas en la Fundación Universitaria San Mateo. Magister en Dirección y Marketing de la Universidad de Viña del Mar (Chile). Especialista en Gerencia de la Universidad La Gran Colombia y Administradora turística y Hotelera de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia- Uptc.

Fabián Andrés Llano

Doctorado en Ciencias Humanas del Patrimonio y de la Cultura en la Universidad de Girona. Magister en Investigación Social Interdisciplinaria. Licenciado en Educación Básica con énfasis en Ciencias Sociales. Asesor de facultades y programas de pregrado y posgrado para proceso de re-significación curricular de la Universidad Piloto de Colombia.

Giovanny Enrique Araque Suárez

Docente Investigador de la Corporación Unificada de Educación Superior CUN, integrante del Grupo Desarrollo y Crecimiento Económico Regional GIDECER. Magister en Desarrollo Educativo y Social de la Universidad Pedagógica Nacional – Universidad de Manizales – CINDE. Licenciado en Educación Básica con énfasis en Ciencias Sociales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

