

**Propuesta de un paquete de turismo experiencial por medio de la etnobotánica de la
comunidad Muisca del oriente**

**Luis Carlos Contreras
Sarah Vanegas Lavacude**

Trabajo de Grado para optar al título de

**Director
Jorge Alexander Mora**

**Universitaria Agustiniiana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D. C.**

2023

Contenido

	Pág.
Introducción	11
1. Planteamiento del problema.....	12
1.1 Delimitación del proyecto	13
1.2 Pregunta de investigación.....	13
1.3 Justificación.....	14
2. Objetivos	15
2.1 Objetivo general	15
2.2 Objetivos específicos.....	15
3. Marco referencial	16
3.1 Marco Teórico	16
3.1.1 Enoturismo	16
3.1.2 Turismo cultural	17
3.2 Marco conceptual	17
3.2.1 Turismo.....	17
3.2.2 Turismo Cultural.....	17
3.2.3 Turismo ancestral	18
3.2.4 Enoturismo	18
3.3 Marco geográfico	19
3.3.1 División política y/o administrativa	19
3.3.2 Georreferencia y topografía.....	21
3.3.3 Factor político.....	21
3.3.4 Factor ambiental	22
3.3.5 Reseña histórica	23
3.3.6 Población (Urbana/rural)	23
3.3.7 Actividades productivas	23
3.3.8 Atractivos turísticos.....	24
3.4 Marco legal.....	25
3.4.1 Ley 300 de 1996	25

3.4.2 Ley 2068 de 2012	25
3.4.3 Ley 1558 de 2012	26
3.4.3.1 Política de turismo cultural	26
3.4.3.2 Plan sectorial de turismo 2018-2022.....	26
3.4.3.3 Política de turismo sostenible	26
4. Metodología	28
4.1 Enfoque mixto	28
4.2 Tipo de investigación	28
4.2.1 Investigación descriptiva	28
4.3 Objetivos, técnicas e instrumentos	29
4.4 Instrumentos	29
4.4.1 Recopilación de información	29
4.4.2 Guión de entrevista	29
4.4.3 Cuestionario	30
4.4 Población	30
4.5 Muestra	30
4.6 Muestreo por conveniencia	31
5. Capítulo I Uso y aplicaciones de la comunidad Muisca del oriente hacia la etnobotánica.	32
5.1 Entrevistas	32
5.1.1 Conclusión general	38
5.2 Plantas medicinales	38
5.3 Plantas para uso gastronómico	40
5.4 Conclusión Capítulo	50
6. Capítulo II- Identificar a las personas que estarían interesadas en realizar un recorrido enfocado en la etnobotánica de la comunidad indígena Muisca del oriente.....	52
6.1 Perfil del turista cultural	52
6.2 Análisis encuestas realizadas	52
6.2.1 Conclusión del capítulo	61
7. Capítulo III- Recorrido experiencial dando a conocer las aplicaciones que le da la comunidad muisca del oriente sobre la etnobotánica	62
7.1 Turismo experiencial	62

7.1.1 Elementos del turismo experiencial.....	63
7.1.1.1 Atractivos turísticos.....	63
7.1.1.2 Superestructura.....	63
7.1.1.3 Infraestructura.....	63
7.1.1.4 Servicios.....	63
7.1.1.5 Turistas.....	63
7.2 Descripción de la propuesta.....	64
7.3 Planificación del recorrido.....	64
7.3.1 Mercado objetivo.....	65
7.3.2 Motivaciones del turista.....	65
7.4 presupuesto.....	65
7.5 Costos del paquete turístico.....	66
7.6 Guión turístico.....	67
7.7 Comercialización.....	70
7.7.1 Brochure.....	77
7.7.2 Estrategia de inserción.....	77
7.7.3 Publicidad.....	77
7.7.4 Relaciones públicas.....	80
7.8 Diseño final.....	80
8. Conclusiones.....	83
8.1 Conclusiones.....	83
8.2 Recomendaciones.....	84
Referencias.....	85
Apéndices.....	88

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Localización geográfica de la localidad 17 (2011).....	19
Figura 2. Ubicación geográfica de la localidad 17	20
Figura 3. Localidad de la Candelaria (2015)	20
Figura 4. Mapa topográfico Localidad La Candelaria, altitud, relieve	21
Figura 5. La Coca.....	38
Figura 6. El borrachero. jardín botánico de Medellín (2017)	39
Figura 7. El tabaco.	39
Figura 8. El cacao.	39
Figura 9. El Inchi.Herbal Zest (2023).....	40
Figura 10. La albahaca	41
Figura 11. El cilantro	42
Figura 12. El eneldo	43
Figura 13. El hinojo	44
Figura 14. Laurel.....	45
Figura 15. Menta.....	46
Figura 16. Perejil.....	47
Figura 17. Romero	48
Figura 18. Tomillo	49
Figura 19. Orégano	50
Figura 20. Género.	52
Figura 21. Ocupación u oficio	53
Figura 22. Rango de edad	54
Figura 23. Conocimiento acerca del apotecario del cóndor.....	54
Figura 24. Conocimiento acerca del Etnoturismo.....	55
Figura 25. Conocimiento acerca de la Etnobotánica	56
Figura 26. Conocimiento acerca de la comunidad muisca del oriente	56
Figura 27. Conocimiento acerca de la medicina alternativa. Autoría propia.....	57
Figura 28. Conocimiento acerca del uso de las hierbas en preparaciones medicinales	58

Figura 29. Interés en tener una experiencia turística con una comunidad indígena	58
Figura 30. Disposición en pagar por un recorrido cultural	59
Figura 31. Disposición para conocer el apotecario del cóndor	60
Figura 32. Importancia de los aportes de la comunidad muisca	60
Figura 33. Mapa cartográfico de los puntos del recorrido	64
Figura 34. Comercialización	70
Figura 35. Brochure	77
Figura 36. Publicidad	78
Figura 37. Plaza de mercado Samper Mendoza	80
Figura 38. El apotecario del cóndor	81
Figura 39. El apotecario del cóndor	82

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Coordenadas.....	21
Tabla 2. Ediles	22
Tabla 3. Instrumentos y técnicas según los objetivos.....	29
Tabla 4. Estructura de resultados en base a las entrevistas realizadas.....	33
Tabla 5. Plantas de uso ancestral características de la comunidad indígena Muisca.....	38
Tabla 6. Concepto de turismo experiencial a partir de Smith (2006).	62
Tabla 7. Presupuesto para el recorrido experiencial	66
Tabla 8. Estructuración a partir de los precios que intervienen en el paquete turístico.....	66
Tabla 9. Resumen del recorrido a partir de la importancia de los lugares.....	67
Tabla 10. Itinerario del recorrido turístico	80

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. Cuestionario	88
Apéndice B. Registro Fotográfico	91

Resumen

En la sociedad actual la etnobotánica es poco conocida y trabajada, teniendo en cuenta que las personas no le dan la importancia que tienen los muisca y sus conocimientos, a través del Etnoturismo se desea mostrar y enseñar este concepto de manera diferente y llamativa, para esto se diseñó un recorrido turístico, donde se van a pasar por diferentes lugares y así poder aprender más de las plantas, de los muisca del oriente y los beneficios que trae para nuestra vida seguir el camino de los muisca del oriente. Su importancia se centra en la poca información que se difunde en los diferentes medios de este concepto y el trabajo de los muisca del oriente en el “apotecario del cóndor”. Lo anterior será soportado con diferentes textos y autores que se presentaran a lo largo del trabajo, para poder hacer el aprendizaje más sencillo para el entendimiento de todas las personas que deseen ser parte del proyecto y del recorrido final.

Palabras claves:

Etnoturismo, Etnobotánica, Muisca, cultura.

Summary

In today's society, ethnobotany is little known or worked on, taking into account that people do not give it the importance that the Muiscas and their knowledge have, through Ethnotourism we want to show and teach this concept in a different and striking way, for this A tourist tour was designed, where we will go through different places and thus be able to learn more about the plants, the Muiscas of the East and the benefits that following the path of the Muiscas of the East brings to our lives. Its importance focuses on the little information that is disseminated in the different media about this concept and the work of the Eastern Muiscas in the “apothecary of the condor.” The above will be supported with different texts and authors that will be presented throughout the work, in order to make learning easier for the understanding of all people who wish to be part of the project and the final journey.

keywords

Ethnotourism, Ethnobotany, Muiscas, culture.

Introducción

El presente proyecto de investigación se centra en hacer en primera instancia una propuesta de un recorrido experiencial enfocándonos en la etnobotánica, resaltando el patrimonio cultural, ancestral y conocimientos que han conservado los muisca del oriente, de esta manera hacer más visible su entorno frente a la sociedad de este centro cultural ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá, llamado “El apotecario del cóndor”.

En el lugar mencionado se busca informar a los turistas sobre los detalles étnicos más representativos de la tribu, con el fin de que esta información pueda ser difundida de forma clara y objetiva, en beneficio de todos. Lo que se busca es contribuir Para que esté comunidad no quede en el olvido y sus saberes se puedan conservar por muchos años más, adicional a esto, revitalizar el turismo en el sector, generando un aporte socioeconómico para todos sus miembros, recuperando legado histórico cultural y ancestral de la misma, convirtiéndolo en un producto turístico llamativo.

A través de este trabajo y posterior análisis de la promoción y comercialización de los atractivos culturales que tiene la tribu indígena Muisca del oriente. Además, teniendo en cuenta otras investigaciones de los diversos factores que contribuyen para el turismo y los diferentes factores que puedan influir. Como lo son los, aspectos culturales, histórico, económico y en parte gastronómico por el uso de hierbas medicinales en conjunto con su alimentación diaria. Así como análisis del potencial turístico que ofrece el lugar donde se encuentra gran parte del inventario, saberes y demás conceptos tradicionales y atractivos que están disponibles para el público.

1. Planteamiento del problema

La etnobotánica es la ciencia que estudia la relación entre las culturas y las plantas, una de sus ramas estudia la medicina tradicional que tiene como característica el uso de las plantas medicinales como herramienta terapéutica (Zuluaga, 1994) ya que estas ejercen una actividad benéfica sobre el organismo disminuyendo o neutralizando las enfermedades (Olaya & Méndez, 2003). Las plantas medicinales fueron conocidas y utilizadas en el pasado por las culturas indígenas quienes aprendieron a servirse de ellas preparando remedios para todo tipo de dolencias y enfermedades (La Rotta, 1986).

La Organización de las Naciones Unidas ONU (2020), destaca que los pueblos indígenas constituyen más del 8.5%, representando la población de estos grupos sociales con mayor proporción en el planeta; asimismo, destaca que estos grupos étnicos tienen tres veces más probabilidades de padecer pobreza extrema que otras comunidades. Asimismo, con respecto a América Latina destaca que es la región más expuesta a esta problemática, viviendo en su mayoría en condiciones de pobreza, víctimas de atropello, exclusión, rechazo y explotación, vulnerando sus derechos fundamentales, sus culturas, usos y costumbres.

Al evidenciar la falta de la oferta turística en Bogotá y al decadente marketing, no posee la capacidad de atraer al turista interno quien ignora por completo todo lo que estas comunidades tienen para enriquecerse de las mismas. Únicamente tienen presente que existieron más no se mantienen latentes. Puesto que, con una buena información turística, se pone en conocimiento a los visitantes y locales, la oferta de productos, servicios y recursos turísticos que ofrecen estas comunidades.

A través de diferentes encuestas se podrá determinar el producto turístico de mayor y menor interés que puedan ofrecer estas comunidades, teniendo en cuenta que es de suma importancia que se conozcan los diferentes atractivos. Facilidades que puede llegar a ofrecer el destino y la accesibilidad al mismo, una de las formas más comunes de saber qué tipos de atractivos existen es la voz a voz en la misma región. En ocasiones los locales no cuentan con información de lo que estas comunidades pueden ofrecer, lo cual puede generar un bajo interés para los turistas que visitan este municipio.

Basados en libros y textos que relatan la historia de los cambios culturales y económicos en Bogotá, se podría evidenciar la razón por la cual se ha ido disminuyendo la curiosidad y el interés de los locales sobre su pasado precolombino. De igual modo, por medio de los voceros de la comunidad indígena se profundiza desde el punto de vista de estos las razones por las cuales los locales han apartado la cultura indígena.

1.1 Delimitación del proyecto

El diagnóstico se concentra localmente y se centra en la comunidad indígena muisca del oriente se ubica puntualmente en la localidad de la candelaria, nombrada de esta manera por sus características de diferenciación dentro de los muisca, y por qué este grupo étnico es de gran trascendencia e importancia en la ciudad particularmente en ciertos sectores de esta donde actualmente hacen presencia. Nos centraremos como se mencionó en la frase introductoria del texto en la comunidad muisca del oriente donde se tomará como sitio estratégico el apotecario del cóndor. Ubicado en la localidad de la Candelaria cerca de la plaza de Bolívar, punto estratégico para su fácil ubicación.

Aquí se evidencia parte de la gran trascendencia Muisca y su importancia dentro del concepto étnico en Colombia, donde en base en el estudio del diagnóstico relacionado con el turismo, los turistas y sus gustos además de que fueron los principales agentes para tener en cuenta. Para ello, se van a utilizar diversas herramientas de investigación, cualitativas y cuantitativas, así como herramientas de investigación documental. Estas fuentes informativas y datos necesarios fueron recolectados a través del trabajo de investigación en el sector escogido para recolectar más información que permita fortalecer el proyecto.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo elaborar una Propuesta de un paquete de turismo experiencial por medio de la etnobotánica de la comunidad Muisca del oriente?

1.3 Justificación

Los grupos étnicos que habitan en el mundo contienen la mayor diversidad cultural del planeta, ubicándose en más de 70 países en el mundo sumando aproximadamente 370 millones de personas indígenas, que representan más de 5,000 culturas diferentes (Fernández, 2016). Partiendo de ahí, la importancia de propender la efectividad del desarrollo de la actividad etnoturística, teniendo en cuenta, que el etnoturismo tiene una relación muy estrecha con la medicina ancestral. (Sánchez et al 2019). Los muiscas aparecen aquí como dotados de una inteligencia práctica muy elevada, capaces de construir y conservar en terrenos en los cuales otros pueblos fracasaron (Aguilar, 2005).

Partiendo de la idea anterior se puede evidenciar que las diferentes culturas indígenas pueden generar aportes económicos enfocados hacia el turismo a través de diversos productos, artesanías y tradiciones. El pasar de los años y la evolución de la sociedad ha causado que estas culturas queden en el olvido, por supuesto no de todos, pero sí de la mayoría de las personas, teniendo en cuenta que se deslumbran más por lo nuevo y lo más lujoso un ejemplo de esto es el turismo de sol y playa que es uno de los más solicitados. Debido a lo anterior se cree necesario iniciar esta investigación cultural donde a través de un recorrido se va a exponer las cosas que estas culturas pueden ofrecer.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Elaborar una Propuesta de un paquete de turismo experiencial por medio de la etnobotánica de la comunidad Muisca del oriente

2.2 Objetivos específicos

Describir el uso y las aplicaciones que la comunidad Muisca del oriente con la etnobotánica.

Identificar a las personas que estarían interesadas en realizar un recorrido enfocado la etnobotánica de la comunidad Muisca del oriente.

Diseñar un recorrido experiencial dando a conocer las aplicaciones que le da la comunidad Muisca del oriente sobre la etnobotánica.

3. Marco referencial

3.1 Marco Teórico

3.1.1 Etnoturismo

Cuevas (2018) sostiene que el objetivo es cubrir la necesidad de un público que demanda experiencias distintas, haciendo de la autenticidad y la identidad de las comunidades valores agregados cruciales para el éxito del rubro. En este sentido, se ofrecen paquetes turísticos que consisten en vivir una jornada al estilo de las etnias indígenas. De igual manera se debe resaltar que el etnoturismo, como estrategia de desarrollo para comunidades indígenas, ha sido una de las alternativas más socorridas en los últimos veinte años a nivel mundial. El concepto de etnoturismo, centrado en el interés que hacia las culturas indígenas se ha generado en esta época (Cunningham Bissel, 2005; Stocker, 2007).

Para castaño (2016) “ El turismo etnográfico comprende experiencias culturales exóticas, entre ellas visita a aldeas de minorías étnicas, participación en eventos y festivales así como la observación de bailes, ceremonias tradicionales además de la compra de artesanías y recuerdos étnicos”(p.5), sin embargo para simplificar un poco el concepto Moreira (2020) dice que “son los viajes a destinos donde habitan etnias autóctonas de determinadas localidades los cuales están dispuestos a convivir con los turistas, compartirles parte de su identidad cultural como: Costumbres, gastronomía, actividades económicas a las que se dedican”.

“El turismo étnico es la parte más humana de toda la actividad turística porque en el experimentas nuevos conocimientos, descubres sentimientos, te encuentras con la raíz de nuestros antepasados, experimentas la historia en carne propia, vuelves al pasado de un momento a otro con la única diferencia de que ya llevamos un conocimiento, ya que cada vez el turista que busca más este tipo de actividad es porque ya se ha informado de ella, ha investigado acerca de la cultura” (USS virtual 2020).

3.1.2 Turismo cultural

Es el movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia, con la finalidad de obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales Atlas (2010), Para ser un poco más precisos y técnicos El instituto de gestión cultural y artísticas (2022) nos explica que el turismo cultural es un tipo de actividad turística en la cual la principal motivación del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los productos y atracciones culturales tangibles e intangibles de un destino turístico.

El turismo cultural es el acto de los viajeros que visitan determinados destinos para experimentar y aprender sobre una cultura concreta. Agencia universitaria (2022), Teniendo en cuenta que también es una actividad excepcional, necesaria y enriquecedora de la calidad de vida tanto para el turista como para las comunidades, Generadora de acciones, que involucran amplios sectores de la economía, las instituciones públicas y privadas, la academia y la sociedad civil. (Nieto, Mora y Bonelo 2021).

3.2 Marco conceptual

3.2.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, (2008): El turismo es un fenómeno social, cultural y económico asociado al desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o comerciales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo incluye sus actividades, algunas de las cuales implican gastos turísticos en diferentes ámbitos como gastronomía.

3.2.2 Turismo Cultural

Según, mincultura (2021): Esta política destaca el potencial del turismo para clarificar los procesos de identificación y difusión del patrimonio cultural. Esta política tiene como objetivo promover el turismo cultural en Colombia y fomentar que ciudadanos y extranjeros conozcan las

costumbres y tradiciones del país y el patrimonio material e inmaterial del país. El objetivo es crear beneficios para la comunidad, como medios e incentivos para cuidar y mantener el patrimonio cultural, y asegurar la sostenibilidad del sector cultural y turístico. (Nieto, Mora y Bonelo, 2021).

3.2.3 Turismo ancestral

Define la etnografía como “una visita a los lugares de origen de los ancestros propios. Son visitas motivadas por el deseo de encontrar sus raíces, a lugares donde ha pasado parte de su vida o lugares donde vivieron los antepasados de su familia. “El turismo étnico es por tanto una forma de turismo que respeta los valores de la comunidad y el entorno natural y cultural, permite el intercambio de experiencias, donde estos turistas tienen una actitud real.” La participación en su experiencia turística (OMT 2017).

3.2.4 Etnoturismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, el turismo se ha convertido en una de las principales ramas de la economía al diversificar y facilitar el acceso masivo de visitantes a los lugares que son promovidos como destino turístico. los ambientes sumamente diversos donde reina la diversidad cultural, los estilos de vida tradicionales de los pueblos indígenas, los bienes históricos y culturales forman el legado del turismo comunitario, el gran atractivo para el turismo de ocio moderno y puede verse como el estímulo de lo que se conoce como “turismo indígena”, términos que se utilizan para referirse esencialmente a los mismos aspectos (Nieto, 2020).

La Organización Mundial del Turismo, uno de sus promotores, lo considera uno de los mecanismos que permiten la más amplia distribución de los beneficios económicos y sociales de los productos turísticos, siendo así uno de los las herramientas más poderosas para el alivio de la pobreza en el mundo (Cox, 2009, p. 6).En este sentido, las etnias han mostrado un ímpetu por explorar, recuperar e interpretar aspectos tradicionales de su identidad local, promover el entendimiento y establecer relaciones de igualdad entre las poblaciones indígenas como anfitrionas y visitantes, al tiempo que permiten una demostración de responsabilidad hacia ellas mismas y hacia Además, la comprensión intercultural y la paz compartida

3.3 Marco geográfico

Mapa de ubicación.

3.3.1 División política y/o administrativa

Figura 1.

Localización geográfica de la localidad 17 (2011)

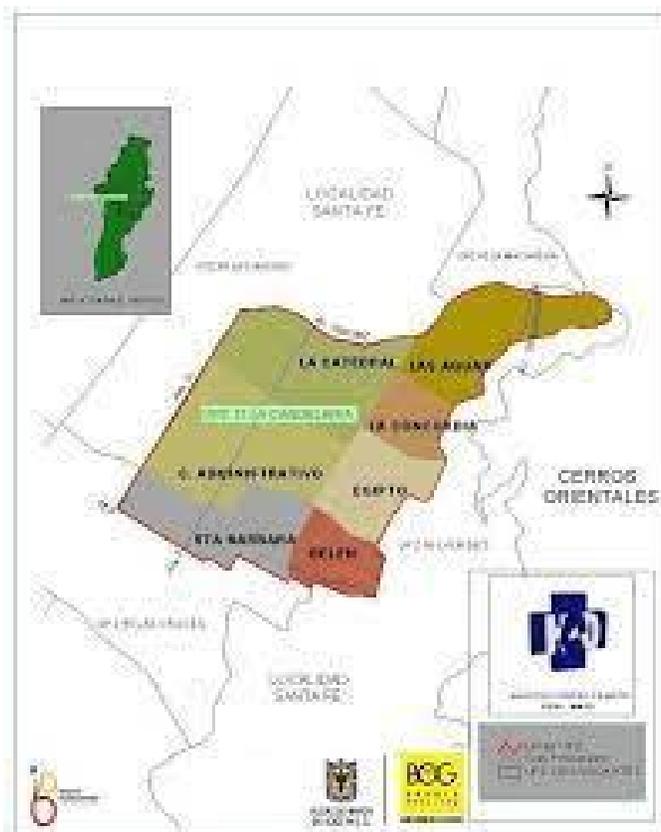
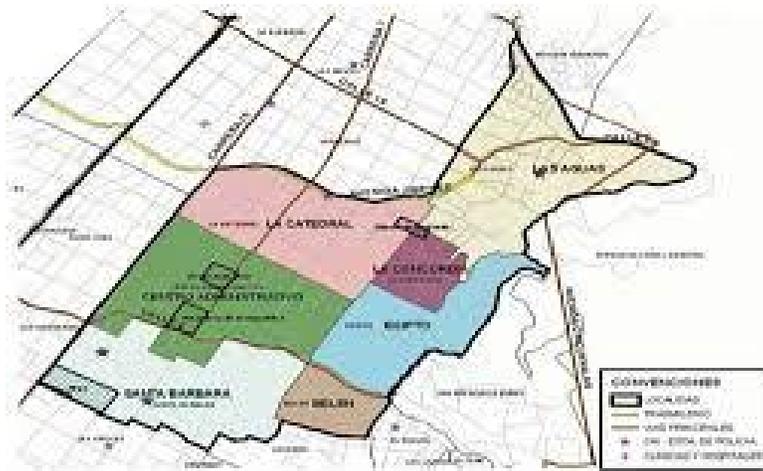


Figura 2.*Ubicación geográfica de la localidad 17***Figura 3.***Localidad de la Candelaria (2015)*

La Alcaldía Menor de La Candelaria se creó a partir del Acuerdo Distrital 7 de 1974, expedido por el Concejo de Bogotá. Dentro, se le asigna la nomenclatura de Localidad 17, determinando a su vez los barrios de la Catedral, Centro Administrativo, Las Aguas, La Concordia, Santa Bárbara, Belén y Egipto (Rico, 2015, p.16). Posteriormente, al igual que la localidad de Santa Fe, con el Acuerdo 2 de 1992, se definió como localidad y se determinaron las funciones de su Junta Administrativa, de acuerdo a la Ley 01 (figura 2). La división de los límites territoriales de la Candelaria llevó a un debate entre planeadores urbanos, que se extendió a lo largo de la década de los 90 (Rico, 2015, p. 16).

La Candelaria se constituye en la Localidad más pequeña del Distrito Capital con una extensión total de 183,89 hectáreas; está ubicada en el sector centro-oriental de Bogotá (Ver Mapa 1), limita

por norte con la Avenida Jiménez de Quesada y la Avenida Circunvalar; por el oriente con la Avenida Circunvalar, calle 8 y carrera 4 este; al sur con la calle 4B, calle 4ª, carrera 5ª, calle 4 (límite administrativo Localidad Santa Fe – Candelaria) y al occidente con la Avenida Fernando Mazuera (Carrera 10ª).

3.3.2 Georreferencia y topografía

Figura 4.

Mapa topográfico Localidad La Candelaria, altitud, relieve

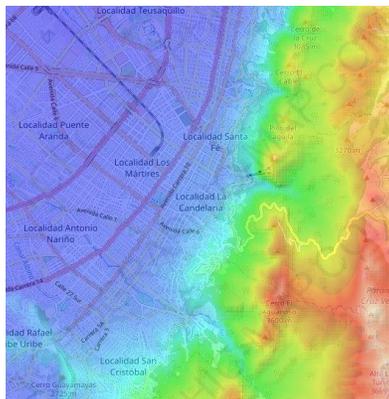


Tabla 1.

Coordenadas

Coordenadas: 4.58924 -74.08292 4.60347 -74.05916	Altitud mínima: 2.549 m
Altitud máxima: 3.660 m	Altitud media: 2.835 m

Nota: Elaboración propia a partir de Topographic Map (2022).

3.3.3 Factor político

Ángela Quiroga Castro es alcaldesa local de La Candelaria. Es abogada de la Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Derecho Administrativo y graduada de la Maestría en Derecho de la misma universidad. Reside junto a sus padres hace 16 años en La Candelaria, tiempo que le ha permitido conocer de primera mano las características de su localidad, y evidenciar el enorme potencial que tiene. Su aproximación a la política se ha dado desde el acompañamiento de

movimientos que reivindican el empoderamiento de las mujeres, el movimiento animalista y la defensa de la educación pública como derecho fundamental.

Tabla 2.

Ediles

Ediles	
	Juan Carlos Mahecha
	Gina Quiroga
	Álvaro Sánchez
	Miguel Ángel Rodríguez
	Eduardo Tito Gómez
	Juan camilo castellanos

Nota: Elaboración propia a partir de la Alcaldía local de la Candelaria (2022).

3.3.4 Factor ambiental

El entorno ambiental de La Candelaria contempla diferentes factores de riesgo ambiental como lo son los factores de riesgo físico el cual trata de contaminación atmosférica por partículas y gases. En La Candelaria no se tienen datos puntuales de la contaminación de gases y partículas, La contaminación por ruido es alta en las vías de mayor afluencia de tráfico tanto en sentido nortesur como oriente occidente: la Avenida Jiménez, la calle sexta y las carreras cuarta, quinta, séptima, octava y décima. A ello se suma la contaminación de ruido provocada por altoparlantes de vendedores ambulantes y almacenes de venta de discos.

La contaminación visual es generalizada en el centro de la ciudad, ya que cada espacio trata de aprovecharse al máximo para anuncios publicitarios con todo tipo de mensajes, siendo este fenómeno más generalizado en las vías comerciales: carrera séptima y décima y Avenida Jiménez. A pesar de la importancia de las fuentes de agua de los cerros orientales, la tala, la quema de los páramos, los asentamientos en las rondas y cuencas de los ríos, causadas por el rápido crecimiento de la ciudad y una planificación deficiente del paisaje urbano, han producido la pérdida parcial o total del caudal de ríos y quebradas y en otros casos la contaminación de las aguas por vertimientos de aguas negras y desechos sólidos.

3.3.5 Reseña histórica

Hablar del barrio de La Candelaria es hablar de la historia de Bogotá. Fue el lugar donde fue fundada la ciudad en 1538 y toma su nombre de una capilla católica emplazada en honor a la Virgen de la Candelaria. Estas callecitas de piedra empinadas, que parecen llegar al cielo, han visto pasar la historia del país. La mejor forma de recorrer La Candelaria es caminando y disfrutando de su arquitectura. Así, en sus casas de aleros decimonónicos y balcones coloniales, se esconden los fantasmas de los virreyes que alguna vez habitaron patios y zaguanes.

3.3.6 Población (Urbana/rural)

La Candelaria es la localidad de Bogotá más pequeña en población. Tiene 27 mil habitantes (0,4% del total). Sin embargo, es la décima localidad con mayor densidad de población: 146 personas por hectárea, por encima del promedio de la ciudad (42 p/Ha)¹⁴.

3.3.7 Actividades productivas

La tasa de ocupación de La Candelaria (57,5%) supera a la de la ciudad (55,1%). Las actividades que más ocuparon personas residentes en La Candelaria fueron: servicios sociales, comunales y personales (31,6%), comercio, hoteles y restaurantes (30,6%), e industria manufacturera (16,3%). Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad La Candelaria son: comercio (41%), servicios inmobiliarios y de alquiler (13%), industria (15%), restaurantes y hoteles (12%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (6%).

3.3.8 Atractivos turísticos

Visita la plaza principal de Bogotá para observar la historia arquitectónica de la ciudad y participar en eventos culturales gratuitos. La Plaza de Bolívar es el gran zócalo central de Bogotá, donde se pueden admirar edificios históricos y disfrutar de las actividades culturales gratuitas. Establecida en el siglo XVI, la plaza fue remodelada en 1960 para conmemorar el 150 aniversario de la independencia de Colombia. La Plaza de Bolívar toma su nombre de Simón Bolívar, el líder militar venezolano que desempeñó un papel fundamental en la liberación de América Latina de los españoles.

Descubre una de las exhibiciones de oro prehispánico más importantes del mundo, y aprende más de las culturas indígenas que antes poblaron Colombia. Viaja de regreso en el tiempo en el Museo del Oro, al descubrir la fascinante colección de artefactos prehispánicos de oro e históricos. Conoce más de los pueblos indígenas de Colombia y de la importancia de la metalurgia en sus sociedades. El museo ostenta una colección de unos 50,000 artefactos, de los cuales más de 30,000 son de oro.

Observa el trabajo del célebre artista colombiano y admira la colección de pinturas de otros maestros internacionales. Visita el Museo Botero para ver la colección de obras del reconocido artista colombiano Fernando Botero. Encuentra las pinturas de reconocidos artistas internacionales como Salvador Dalí y Pablo Picasso. El museo abrió en el año 2000, cuando Botero donó su colección de más de 200 pinturas y esculturas, en las que incluyó obras y piezas originales de su colección privada de artistas de todo el mundo.

Visita esta casa de campo en las faldas del cerro de Monserrate para aprender sobre el famoso libertador Simón Bolívar y conocer artefactos relativos a su vida. Si te diriges a las faldas del cerro de Monserrate en Bogotá, podrás encontrar la histórica y famosa Casa Museo Quinta de Bolívar. Esta casa de campo y museo perteneció a Simón Bolívar, uno de los líderes militares más influyentes de América Latina durante las guerras de independencia. Podrás explorar la casa para descubrir los artefactos de su vida y admirar el hermoso jardín.

Admira las monedas y billetes en exhibición mientras aprendes de la historia económica de Colombia desde la época prehispánica hasta nuestros días. La Casa de la Moneda solía ser la ceca nacional de Colombia, y ahora es el museo del dinero que ha circulado, con una colección de cerca

de 19,000 artefactos. Verás en exhibición la maquinaria usada para la fabricación del dinero, así como monedas modernas e históricas, incluidas algunas que datan del siglo XVII.

Admira la elegante arquitectura de la catedral más importante de Bogotá y visita las tumbas de importantes figuras históricas de Colombia. Al entrar a la Catedral Primada de Colombia, apreciarás su sombría y elegante arquitectura, y verás las criptas de los personajes históricos más destacados de Colombia. Es la catedral más grande en Colombia en este sitio fue construida la primera iglesia de Bogotá. La catedral ha sido reconstruida varias veces. Las estructuras previas fueron reemplazadas porque tenían cimientos débiles o habían sufrido daños debido a los sismos.

3.4 Marco legal

3.4.1 Ley 300 de 1996

Esta ley indica que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las diferentes entidades territoriales como: las regiones y provincia que cumplen con una función social. A su vez hace mención que el sector oficial está integrado por: Integración del sector social El Ministerio de Desarrollo Económico (Mindesa) Entidades adscritas y vinculadas al Mindesa Entidades territoriales Prosocial Entidades públicas asignadas con funciones relacionadas al turismo, a los turistas y a la infraestructura.

3.4.2 Ley 2068 de 2012

Esta modificación plantea una reducción del impuesto anual sobre la renta del 32% al 9%, y se encuentra sujeta al cumplimiento de requisitos de difícil cumplimiento para todos los actores relevantes del turismo cultural; este pretende el desarrollo sostenible de las regiones que tiene como economía la explotación de sus culturas, los ecosistemas que habitan, los conocimientos ancestrales y los servicios basados en el desarrollo intelectual tal como lo presenta y lo promueve la política de economía naranja.

3.4.3 Ley 1558 de 2012

La Ley 1558 de julio 10 de 2012 reformó a la Ley 300 de 1996, conocida como Ley General de Turismo, mediante la organización de seis títulos. La reforma introducida centra su interés en unas definiciones. En la creación de unos entes que deben contribuir con la organización del sector; en la generación de la contribución al turismo. Con el fin de facilitar recursos para el sector turístico y en algunas disposiciones finales que tocan una amplia variedad de aspectos.

3.4.3.1 Política de turismo cultural.

Desde el Viceministerio de Turismo se realizó la actualización de la Política de Turismo Cultural, presentando los nuevos escenarios, roles y oportunidades para el sector.

Esta política pretende mejorar las condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia, propiciando la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo; fortaleciendo la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio, de los activos culturales del país; impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas; de manera que se eleve el posicionamiento y reconocimiento de Colombia como destino líder en esta tipología, así como contribuya a la garantía y protección de los derechos económicos, ambientales, sociales y culturales (MinCIT ,2018).

3.4.3.2 Plan sectorial de turismo 2018-2022.

El Plan Sectorial de Turismo (PST) 2018-2022, que es la principal carta de navegación de acciones públicas del actual gobierno nacional en Colombia. Su ejecución se sustenta en las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo, por lo cual el turismo debe alinearse al propósito de incrementar la productividad nacional, contribuyendo efectivamente a dinamizar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible del país (MinCIT, 2018).

3.4.3.3 Política de turismo sostenible.

La política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local.

Para tal fin, esta política adopta una visión a largo plazo del sector, que se materializa en un plan estratégico al año 2030, el cual busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y sociocultural del turismo, con la necesidad de proteger el capital natural que hace de nuestro país un destino atractivo para un alto volumen de turistas y que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad (MinCIT, 2021).

4. Metodología

4.1 Enfoque mixto

Hoy la investigación científica cuenta con dos enfoques esenciales que durante el siglo XX lograron su posicionamiento desde los diferentes campos del que hacer investigativo y llegado el siglo XXI se puede asegurar que se inicia con una tercera opción que ya venía siendo probada, demostrada y que consiste en un enfoque mixto, un híbrido de estudios cuantitativos y cualitativos de la investigación científica. A la nueva generación de investigadores queda por decirles que solo en la práctica y el trabajo se logra la acumulación de conocimiento que los puede convertir en un investigador científico (Sabino 1992).

En general, Hernández, Fernández y Baptista (2010) estos dos son los métodos -cuantitativos y cualitativos- son el paradigma de la investigación científica porque ambos utilizan un proceso cuidadoso, sistemático y empírico para esforzarse por producir conocimiento. Observan y evalúan fenómenos. Crear una hipótesis o idea como resultado de la observación y evaluación. podría mostrar hasta qué punto se apoya la hipótesis o idea.

Este proyecto se considera de enfoque mixto porque para su desarrollo se van a realizar una encuesta a los posibles clientes para validar si realmente les interesa realizar el recorrido que se les expondrá. También se realizaron diferentes entrevistas a los integrantes del combo musical del oriente para validar la viabilidad del proyecto y recopilar la mayor cantidad de información que nos sirva para anexar al trabajo. Por otro lado, se descubrió las plantas que se utilizó en las diferentes preparaciones que conforman la exposición del recorrido a realizar.

4.2 Tipo de investigación

4.2.1 Investigación descriptiva

Se inició por abordar el concepto central de este, también conocido como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo.

4.3 Objetivos, técnicas e instrumentos

Tabla 3.

Instrumentos y técnicas según los objetivos

Objetivos Específicos	Técnicas	Instrumentos
Reconocer las aplicaciones que realiza la comunidad muisca del oriente con la etnobotánica.	Observación Entrevista Fichas	Recopilación de información Guión de entrevista
Identificar a las personas que estarían interesadas en realizar un recorrido enfocado la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente.	Encuesta	Cuestionario

Nota: Elaboración propia

4.4 Instrumentos

4.4.1 Recopilación de información

En esta parte se reunió información de diferentes temas y fuentes que aportarán al contenido del trabajo. Esto permitió contestar las preguntas claves de este para poder lograr los objetivos planteados, esto de igual manera ayudó a garantizar la calidad del trabajo y mostrar su veracidad. Esta recopilación de se realizó a través de diferentes técnicas, las cuales fueron: Observación, entrevista y fichas.

4.4.2 Guión de entrevista

Se realizaron una lista de preguntas para entablar una conversación entre el entrevistador y el entrevistado, de varios temas en concreto, para recopilar información que se incluyera en el presente trabajo. Para esta parte se escogieron preguntas según las profesiones de los entrevistados, ya que, cada uno aportó un punto de vista diferente, según su rama de conocimiento.

4.4.3 Cuestionario

Se realizaron una serie de preguntas a diferentes personas, con el objetivo de obtener información de los encuestados y poder sacar un análisis de estos resultados y complementar el proyecto realizado. Las preguntas realizadas fueron redactadas de forma coherente y estructurada según los temas más relevantes del proyecto realizado,

4.4 Población

La población de estudio consiste según Arias (2016), conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. La población que se manejó en el proyecto de investigación son el total de todas las personas que estén interesados en turismo experiencial a través de la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente.

4.5 Muestra

Según Carrillo (2015) La muestra es un conjunto de elementos extraídos de la población. La muestra para estudiar debe ser representativa de la población, pues este es requisito fundamental para poder hacer generalizaciones válidas para la población. En el caso de esta investigación la muestra se representa a través de la encuesta realizada a los posibles turistas interesados en este recorrido. También se tienen en cuenta a las personas que se les va a realizar la entrevista, los cuales, son miembros de la comunidad muisca del oriente y personas que viven en su entorno.

Se tomó una porción significativa de personas encuestadas para poder calcular el tamaño de la muestra, se determinó que personas cumplían con las características necesarias para continuar con la investigación y así reducir tiempo en realizarla con todos los encuestados. Es importante tener en cuenta que entre más grande la muestra menor margen de error en la investigación se tendrá, por lo tanto, se escogió una población de 200 personas y en base a ellas se sacó la muestra. Se trabajó con aquellas personas que mostraron desconocimientos en los temas mencionados en la encuesta los cuales fueron: Etnoturismo, Etnobotánica y medicina ancestral. Por lo anterior se tomaron en cuenta 144 personas de las entrevistadas.

4.6 Muestreo por conveniencia

Se trabajó con el muestreo por conveniencia, porque se formó la muestra con individuos de una población las cuales son aquellas interesadas en hacer parte del recorrido turístico, de acuerdo con sus conocimientos frente a un tema en específico. Los investigadores decidieron que rango de la población era importante para la investigación, con esto se recolectaron datos de una manera más efectiva, esto en base a dos puntos importante: el primero Comprensión de todos los elementos de una población y el segundo Intención de investigación.

5. Capítulo I Uso y aplicaciones de la comunidad Muisca del oriente hacia la etnobotánica.

5.1 Entrevistas

Se realizaron 3 entrevistas las cuales fueron aplicadas al Señor Edison Riveros Chef hotel Marriot en Santa Marta, la señora Janneth Lavacude ejecutiva de cuenta en la empresa Panamericana de viajes y el señor Carlos Arturo Diaz médico general, quienes nos han aportado su opinión y puntos de vista acerca de nuestra investigación, claro está partiendo desde su perspectiva profesional que nos dará una visión más específica sobre el tema central del mismo.

Tabla 4.

Estructura de resultados en base a las entrevistas realizadas

Pregunta	Nombre	Respuesta	conclusión
¿Conoce el significado del concepto Etnoturismo?	Edisson Riveros	Si, es el turismo que se basa en compartir con las comunidades indígenas y así aprender más de ellas.	En esta pregunta se evidencia que se tiene claro el concepto de etnoturismo ,tan solo una persona no aportó de manera constructiva al mismo ya que es totalmente nuevo este enfoque de la medicina alternativa para él, pero sé que al momento de aplicarlo a la realidad se hará de gran manera lo cual contribuirá de manera significativa y contributiva al etnoturismo dirigido a la tribu muisca del oriente la cual es base de nuestro trabajo investigativo que culminará con un interesante recorrido para recrear la importancia del mismo y realzar su trascendencia la cual poco a poco ha ido tomando fuerza.
	Jeanneth Lavacude	Si, es el turismo donde se visitan comunidades indígenas su historia y su cultura.	
	Carlos Arturo Diaz	No	
	Edisson Riveros	No	
	Jeanneth Lavacude	No	
¿Conoce el significado de Etnobotánica?	Carlos Arturo Diaz	No	En esta pregunta se evidencia que nuestros entrevistados desconocen por completo el concepto de la etnobotánica ,otro término indispensable en la construcción del presente trabajo de investigación el cual va de la mano con el término etnoturismo y si intervenimos los dos términos podemos desglosar la importancia del mismo y de porque se quiso realizar esta búsqueda investigativa la cual a grandes rasgos lo que quiere es resaltar la importancia de

Pregunta	Nombre	Respuesta	conclusión
¿Conoce sobre la medicina ancestral? ¿Qué sabe?			las comunidades indígenas y lo que ella han aportado al crecimiento del turismo en nuestro país.
	Edisson Riveros	Sí, es aquella en la que usan plantas de manera curativa y medicinal más que todo para tratar males y dolencias de sus miembros.	En el resultado de esta pregunta se evidencia unanimidad de términos y conceptos lo cual es muy positivo para el ejercicio académico y contribuye al crecimiento del mismo para afianzar criterios pero olvidaron mencionar que parte importante de la medicina ancestral son los miembros de la tribu o comunidad indígena los cuales sin sus conocimientos a través de los años ni su conocimiento empírico sería posible la práctica de la misma, cada uno de los saberes ancestrales son indispensables para el crecimiento y construcción de la medicina alternativa o medicina ancestral.
	Jeanneth Lavacude	Si, su finalidad es curar a través de plantas y productos naturales.	
	Carlos Arturo Diaz	Sí, es la medicina que se basa en las alternativas que ofrece la naturaleza (plantas)	
	Edisson Riveros	No	En esta pregunta evidenciamos el desconocimiento de la historia, trascendencia, aportes, creencias entre otros rasgos y características importantes de la tribu muisca ,base de nuestro trabajo investigativo, en parte de lo que queremos alcanzar con nuestro trabajo de grado es cerrar baches académicos ,vacíos conceptuales en este tipo de temas los cuales son de interés general pero que si somos objetivos son relevantes para la evolución y construcción de
Jeanneth Lavacude	No		
¿Sabe algo acerca de la comunidad indígena Muisca?	Carlos Arturo Diaz	Si, son nuestros ancestros y ocuparon parte del país por muchos siglos y aún están vigentes.	

Pregunta	Nombre	Respuesta	conclusión
			conceptos sólidos ,claros y con fundamentos.
			Pregunta
¿Ha tenido algún tipo de contacto con alguna comunidad indígena?	Edisson Riveros	No	En esta pregunta evidenciamos que los participantes en más del 60% de ellos han experimentado de una u otra forma el turismo indígena o etnoturismo el cual los ha identificado en ciertos aspectos como lo son la importancia de sus miembros ,los saberes y la unión de la familia como eje central de una gran sociedad por otro lado la persona que no ha tenido contacto con las etnias o comunidades indígenas no alcanzar a dimensionar todo lo que conlleva tener contacto con ellos y ver la sociedad desde su perspectiva la cual es totalmente distinta a como lo vemos nosotros siendo turistas.
	Jeanneth Lavacude	Si, me gusta conocer nuevos conceptos de turismo y de diferentes formas de explorar.	
	Carlos Arturo Diaz	Si, la he tenido con la comunidad indígena de la sierra nevada de Santa Marta	
¿Le interesaría ser parte de un recorrido	Edisson Riveros	Si, debemos siempre tener interés por conocer sobre estas comunidades, importantes en nuestra historia como sociedad	En base a esta pregunta podemos afirmar que todos los entrevistados tienen la disposición de conocer cosas nuevas de ampliar horizontes académicos y darse la oportunidad de conocer más a fondo el etnoturismo como centro de interés común y expandirse como un fuerte en la industria turística dándole su respectiva importancia ya que son conceptos puntuales que aportan de gran manera a esta investigación la cual pretendemos se de como un impulso
	Jeanneth Lavacude	No, porque tengo zozobra al saber cómo sería el mismo.	
	Carlos Arturo Diaz	Si, uno nunca debe dejar de aprender y compartir sus conocimientos.	

Pregunta	Nombre	Respuesta	conclusión
¿Sabe o ha escuchado algo acerca del turismo experiencial?	Edisson Riveros	No	<p>para mejorar el recorrido turístico el cual sabemos impactará de gran manera los recorridos guiados.</p> <p>En esta pregunta nos damos cuenta que el concepto experiencial es muy claro para los entrevistados ya que saben su contexto y en qué momentos pueden decir que han tenido un momento experiencial ya que no podemos confundir un momento memorable con un momento experiencial los cuales son distintos pero a su vez lo importante que es que se dejen deslumbrar por la comunidad indígena Muisca del oriente sus experiencias, atractivos ancestrales, conocimientos y demás conceptos los cuales son un complemento a la investigación previamente desarrollada.</p>
	Jeanneth Lavacude	Si, es vivir una experiencia a través de un recorrido turístico	
	Carlos Arturo Diaz	Si, es aquel turismo que se basa en dejar momentos inolvidables y experiencias positivas para los turistas	
¿En su diario vivir ha realizado preparaciones culinarias a base de plantas o hierbas medicinales?	Edisson Riveros	No	<p>Tomando en cuenta los resultados de la siguiente pregunta observamos el básico y simple concepto de plantas medicinales, medicina alternativa que es un concepto amplio pero con mucha tela por cortar ya que hacemos algo sin saber a conciencia su trasfondo ,historia proceso entre otras connotaciones, dos entrevistados afirmaron realizar preparaciones básicas con plantas medicinales de fácil acceso utilizándolas en distintas bebidas mientras que uno de ellos</p>
	Jeanneth Lavacude	Si, las infusiones o aromáticas	
	Carlos Arturo Diaz	Si, infusiones para controlar la ansiedad y el dolor	

Pregunta	Nombre	Respuesta	conclusión
¿Le despierta interés conocer acerca de las comunidades indígenas y sus aspectos más relevantes?	Edisson Riveros	Sí, me despierta interés saber sobre la comunidad indígena Muisca.	manifestó no saber cómo se usan este tipo de plantas para qué sirven por lo cual le genera muchas dudas sobre el contexto de la investigación en curso.
	Jeanneth Lavacude	Sí, interés siempre habrá de por medio, pero en este caso me gusta conocer la historia, siempre respetando las etnias y su cultura.	En esta última pregunta de la entrevista, vemos que se reúnen varias dudas que se han entrelazado a través de la entrevista ya que son palabras nuevas, conceptos nuevos, aplicaciones nuevas de los cuales se desprenden tipos de turismo alternativos.
	Carlos Arturo Diaz	Sí, me gustaría conocer sus costumbres, de cómo se curan cuando están enfermos y poder entender	Pero al generalizar vemos un interés claro por aprender más como lo son cantidad de comunidades, lenguas, gastronomía típica de las etnias, conocimiento ancestral, formas de vivencia entre otras incógnitas latentes que se presentan a lo largo la entrevista la cual agradecemos su colaboración.

Nota: Elaboración propia

5.1.1 Conclusión general

Teniendo en cuenta las respuestas de las anteriores entrevistas se evidenció que hay desconocimiento del tema central de nuestro proyecto de investigación, la etnobotánica y el etnoturismo son conceptos que van de la mano uno es complemento del otro ya que sin el uno no existe el otro. Pero a su vez el recorrido turístico enfocado a la etnobotánica Muisca es el principio de un comienzo aplicable a la vida diaria, es decir las costumbres de una de las comunidades más antiguas y aún vigentes de nuestro país podrían ser aplicables por su adaptación positiva.

Nuestros participantes sobresalen por su curiosidad al momento de hablar de temas de turismo alternativo que a su vez causan zozobra y una gran incógnita por su poca información y textos alusivos al mismo dónde la principal razón de realizar estas entrevistas a varios y distintos campos, enfoque académico, profesional y laboral que provoca nuevas opiniones y perspectivas como lo es el ámbito gastronómico, turístico, médico y ancestral que encierra una gran empatía con el grupo entrevistados

5.2 Plantas medicinales

Tabla 5.

Plantas de uso ancestral características de la comunidad indígena Muisca

Nombre indígena	Científico	Uso	Imagen
La coca	Erytroxilon coca	<ul style="list-style-type: none"> -Como infusión o mate. -Chaccho. -Enjuagatorio. -Cocimiento, emplasto, macerado para aliviar el dolor, etc. -Ayuda a la digestión. -Como analgésico. -Evita el mal de altura (soroche) -Energizante, antiespasmódico, antiinflamatorio. 	<p>Figura 5. <i>La Coca.</i></p>  <p>Nota: Elaboración propia</p>

Nombre indígena	Científico	Uso	Imagen
El borrachero	Brugmancia candida	Regula el ciclo menstrual, desinflama el aparato urinario femenino y masculino, por eso es bueno en el tratamiento contra las enfermedades de la próstata. Es analgésico para dolores articulares. Se bebe en infusión las hojas, tallo o flores y las espigas.	<p data-bbox="1084 233 1214 268">Figura 6.</p> <p data-bbox="1084 275 1365 394"><i>El borrachero. jardín botánico de Medellín (2017)</i></p> 
El tabaco	Nicotina tabacun	Las hojas secas pueden masticarse, fumarse, utilizarse como pesticida, así como en la elaboración de algunos remedios caseros. Cabe mencionar que la producción más importante se destina a la fabricación de cigarros, puros y tabaco para pipa	<p data-bbox="1084 695 1214 730">Figura 7.</p> <p data-bbox="1084 737 1214 772"><i>El tabaco.</i></p>  <p data-bbox="1084 1136 1321 1213">Nota: Elaboración propia</p>
El cacao	Theobroma cacao	El cacao es un árbol procedente de América que produce un fruto del mismo nombre que se puede utilizar como ingrediente para alimentos entre los que destaca el chocolate. Su uso se remonta a la época de los mayas, aztecas e incas, y desde entonces se ha usado tanto para fines nutricionales como médicos.	<p data-bbox="1084 1220 1214 1255">Figura 8.</p> <p data-bbox="1084 1262 1203 1297">El cacao.</p>  <p data-bbox="1084 1528 1263 1562">Luker (2023).</p>

Nombre indígena	Científico	Uso	Imagen
Sacha inchi	El inchi	El inchi, sacha inchi, sacha maní, maní del Inca o maní jíbaro, es una planta semileñosa y perenne, de la familia de las euforbiáceas, originaria de la Amazonia Peruana. Se usa para infusiones además de comerse en distintas ocasiones del día.	Figura 9. El Inchi. Herbal Zest (2023) 

Nota: Elaboración propia

5.3 Plantas para uso gastronómico

Adicional a las plantas medicinales y de uso gastronómico aplicadas en la tribu muisca traemos a colación otras muy usadas en el aspecto culinario fuera del contexto indígena.

Albahaca. según (Sánchez 2000; Fuente 2000; Rodríguez 2000).

“Ocimum basilicum, llamada popularmente en el Caribe como Brasil, basilisk y albahaca es muy utilizada en medicina tradicional para curar afecciones gastrointestinales (diarreas, parasitismo), respiratorias (bronquitis, tos), dolor de oídos y reumatismo. Tópicamente es usada en baños y cataplasmas para tratar afecciones de la piel. Se le atribuye propiedades antisépticas, antiinflamatorias, antiespasmódicas y analgésicas”.

Figura 10.*La albahaca*

Nota: Elaboración propia

Cilantro. Hernández (2019; Accame (2019) Explican:

“El cilantro se ha emplea frecuentemente en medicina tradicional con diversos fines, entre los que destaca su preparación en infusiones como estomacal, antiespasmódica, orexígena y carminativa, o en forma de linimentos frente a dolores articulares; también se le han atribuido beneficios frente a trastornos respiratorios y urinarios”.

Figura 11.*El cilantro*

Nota: (Solo Fruver 2023)

Eneldo. De acuerdo con diversos estudios el eneldo (*Anethum graveolens*) tiene actividad antimicrobiana, antifúngica y antioxidante; también se ha demostrado que el aceite esencial puede ser usado ampliamente en la industria alimentaria a fin de evitar el deterioro de alimentos (Tayarani et al. 2016).

Figura 12.*El eneldo*

Nota: (Gastronomiaycia 2023)

Hinojo marino. Según Alonso (2015):

“Es una planta halófito empleada como alimento y como planta medicinal. En cuanto a su composición destaca su contenido de vitamina C, próximo a 50 mg de ácido ascórbico/100 g 7,8. Su contenido de grasa es muy bajo y el ácido graso mayoritario es el ácido cetólico (22:1ω11). Al tratarse de una planta halófito, su contenido de sodio es elevado, cercano a 300 mg/100 g¹⁰. Desde el punto de vista medicinal, destacan las propiedades antibacterianas y antioxidantes de su aceite esencial, cuyos terpenos mayoritarios son timol, γ -terpineno y dilapiol”.

Figura 13.*El hinojo*

Nota: Elaboración propia

Laurel. (*Morella pubescens*), Según Cabrera (2011).

“Es una especie promisoría de múltiples bondades ecológicas, industriales y medicinales, por su amplio rango de adaptación entre los 1600 y 3200 msnm, se encuentra distribuido en Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y algunos países de Centro América. Las manifestaciones histórico-culturales de su aprovechamiento y la iniciativa del grupo de investigación PIFIL, han propiciado un interés constante en investigaciones en diversas épocas, áreas y países, aportes significativos para el desarrollo de la agroforestería, el manejo de cuencas hidrográficas y perspectivas microempresariales de productos no maderables con enfoque de sustentabilidad”.

Figura 14.*Laurel.*

Nota: Elaboración propia

Menta. El uso de las mentas está muy extendido desde la antigüedad, siendo numerosas las virtudes que se les atribuyen. Se emplea como condimento y se añadía la leche en el momento de hervirla para prolongar su conservación. Se creía que su humo mataba las pulgas (mayor y Álvarez, 1980: 287). El nombre genérico proviene de Mintha, ninfa de la mitología griega, a quien la celosa Perséfone transformó en planta. El nombre específico deriva del latín pulex que significa pulga (Muñoz, 1996), aunque -según Font quer (1978: 710)-el Dr. Walde (1910) creía que podía haber venido del griegoblechon, poleo.

Figura 15.*Menta.*

Nota: Elaboración propia

Perejil. Según Munguía (2012); Zavala (2012); Martínez (2012).

“Es una hierba aromática perteneciente a la familia Apiaceae, de origen mediterráneo, aunque actualmente se cultiva en todo el mundo. Presenta diferentes e importantes componentes químicos, tales como flavonoides, apiol, fitol, aceites esenciales, cumarinas y ácido petroselínico, entre otros; estos compuestos le atribuyen al perejil propiedades antioxidantes, anticancerígenas y antienvjecimiento, así como la capacidad para la disminución de riesgo en enfermedades cardiovasculares, sin embargo, se contraindica el consumo excesivo en mujeres embarazadas debido a su contenido en apiol y miristicina, los cuales podrían predisponer al aborto”.

Figura 16.*Perejil*

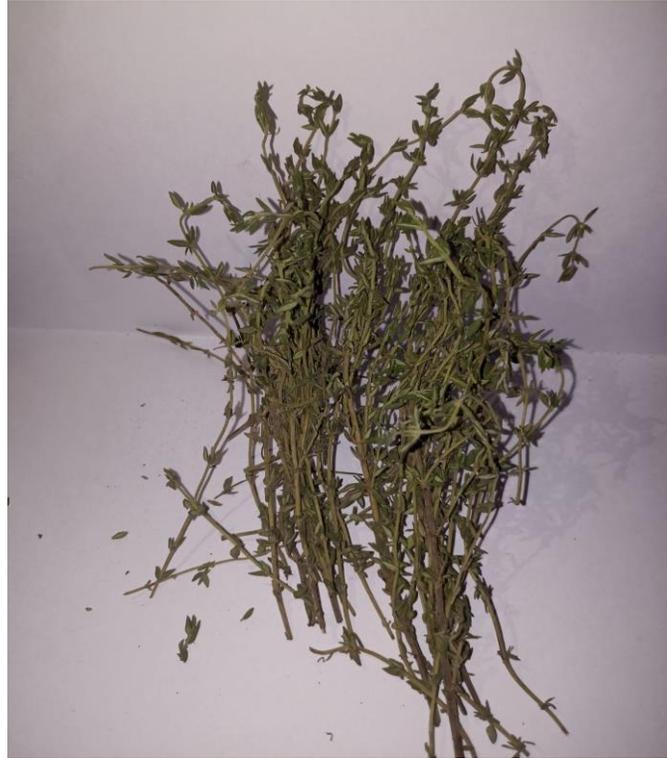
Nota: Elaboración propia

Romero. (*officinalis*) es una planta mediterránea cuyo término se deriva del griego (*rhops* y *myrinos*) que significa “arbusto marino” por su crecimiento cercano a las costas (Alonso, 2004). Generalmente se encuentra de forma silvestre en zonas rocosas y arenosas cercanas al mar, pero debido a su adaptabilidad y poca exigencia para cultivarse se reproduce con facilidad en otras zonas. El romero pertenece a la familia *Lamiaceae* (*Labiatae Labiadas*), es una planta arbustiva con tallos prismáticos, las hojas son estrechas, agudas y pequeñas, tienen forma de espigas de color verde brillante con márgenes revolutos y tallos leñosos y ramificados (Sotelo 2002; Sardans 2005).

Figura 17.*Romero*

Nota: Elaboración propia

Tomillo. Según Rovetto (2010); Moreno (2010); Bolívar (2010); Calvo (2010); Suárez (2010); Justiniano (2010); Caballero (2010). Esta maravillosa planta ha sido conocida desde hace siglos por su excelente aroma, que la convirtió en una de las principales especies aromáticas naturales de la cocina mediterránea, tanto combinada con carnes como pescados o pastas. Además, la infinidad de principios activos naturales de que consta y que le aportan numerosas propiedades beneficiosas a la salud humana, hacen que el tomillo esté presente en muchas de las infusiones en forma de "remedios caseros" contra diversas enfermedades y anomalías.

Figura 18.*Tomillo*

Nota: Elaboración propia

Orégano. Se considera espasmolítico, digestiva, carminativa, aperitiva, colerética, expectorante, antiséptica de las vías respiratorias, diurética, tónica. En uso externo es cicatrizante, analgésica, antiséptica y antifúngica. Al aceite esencial también se le atribuye una acción antioxidante (Poggi, 2000). La Comisión E (Bundesanzeiger nr. 122 del 06-07-1988) reconoce las propiedades antisépticas de las vías respiratorias, expectorantes, béquicas, carminativas, digestivas, aperitivas, coleréticos, espasmolíticos, diuréticas, antirreumáticas, sedantes y diaforéticas, aunque deja claro que estas acciones no están comprobadas y se incluye en la lista negativa de dicha Comisión.

Figura 19.*Orégano*

Nota: (Sembramos 2023)

5.4 Conclusión Capítulo

En el capítulo I se muchos y variados factores que aportaron e impactaron positivamente al trabajo de investigación ,partiendo de la infinita variedad de plantas las *cuales* a pesar de que se conocía la existencia de algunas ahora tenemos la claridad de otras que aportan a nuestra sociedad y no solo eso, ellas también se ha dado la oportunidad de conocerlas y aprender sobre su origen ,historia, aplicación gastronómica ,aplicación medicinal y uso diario basándose en sus características,componentes,entre otros; el enfoque que se le dio con la aplicación de la entrevista y a su vez la encuesta fue muy valioso, ya que, de esta manera todos se enfocó según las respuestas y así aprender todo aquello que sobre la marcha durante la investigación, obtención de datos, resolución de dudas puntuales entre otras connotaciones que han surgido a lo largo de la investigación y la cual iremos ampliando a medida que fortalezcamos la idea del recorrido turístico y todo lo que este conlleva.

En base a la presente investigación se ha construido, solidificado además de obtenido conceptos importantes ,investigaciones previas las cuales nos han alimentado de gran manera para que de esta manera se corrigió cada uno de los errores que como sociedad hemos venido cometiendo en contra de las etnias, comunidades y conceptos indígenas los cuales sin querer en el ejercicio del turismo se han venido atropellando y a final de cuentas causándoles graves prejuicios y afectaciones a su entorno sagrado.

6. Capítulo II- Identificar a las personas que estarían interesadas en realizar un recorrido enfocado en la etnobotánica de la comunidad indígena Muisca del oriente

6.1 Perfil del turista cultural

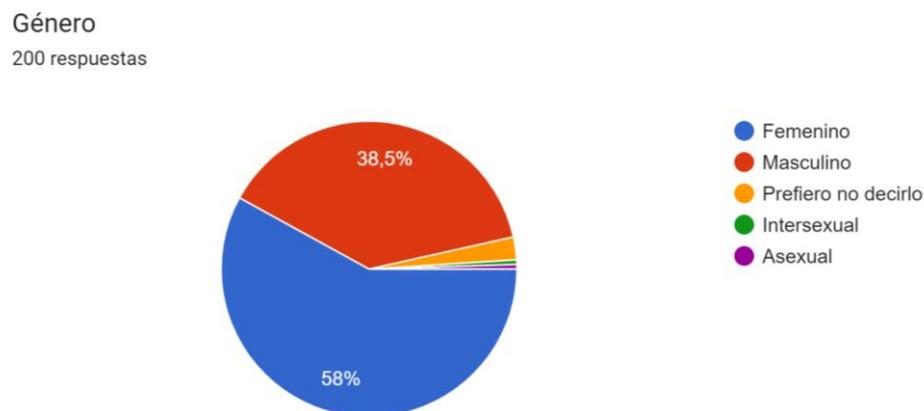
Para darle un mayor enfoque al trabajo que se realizó se debió conocer qué personas estarían interesadas en este. Por ello se determinó que el recorrido estará enfocado en las personas que tienen un interés en el turismo educativo, ambiental y que se aprecian las diferencias culturales, ya que, consideramos que estas características hacen parte del perfil de un turista cultural.

Smith (2003) señala como características propias del turista cultural que tienen gran interés por conocer lugares nuevos. Tiene mayor frecuencia de los viajes. Optan por tomar el transporte local para sus desplazamientos en el destino, rodeados de las gentes y de su rutina, de igual manera, están en la búsqueda del sentido de la autenticidad, en lugar de la superación personal propia. Máxima interacción posible con los lugares de destino y con sus habitantes, y participación en la comunidad local. Búsqueda de la espiritualidad. Presencian todo incluso las formas de explotación, mercantilización, folclorización o falsa autenticidad de la cultura local.

6.2 Análisis encuestas realizadas

Figura 20.

Género.



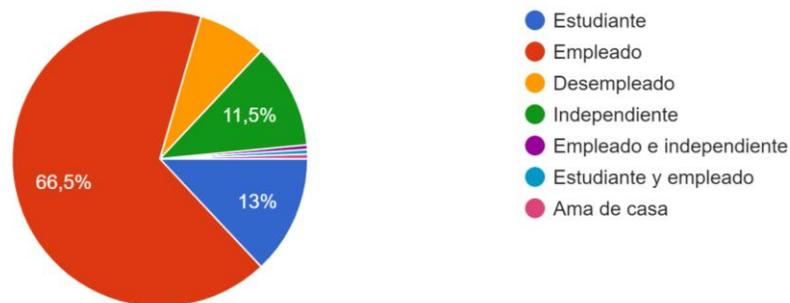
Nota: Elaboración propia

Con un 58% se muestra que las mujeres se mostraron más interesadas en realizar la encuesta sobre este tema mientras que el 38.5% corresponde al género masculino y el 3.5% restante no opino al respecto es decir que se vería un mayor flujo de mujeres que de hombres en el recorrido, de igual manera, con un 38.5% los hombres también muestran cierto interés, aunque en menor medida. Teniendo en cuenta lo anterior es de alta importancia enfocar la publicidad mayormente hacia las mujeres sin descuidar el segundo género más presente que son los hombres.

Figura 21.

Ocupación u oficio

Ocupación u oficio
200 respuestas

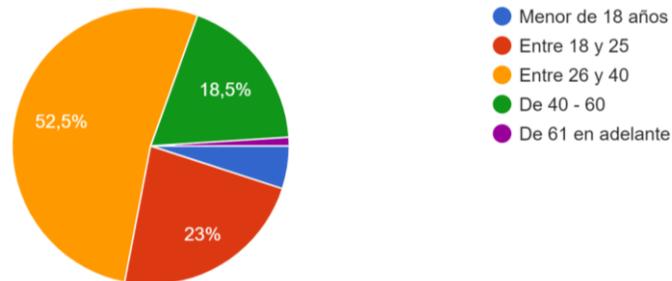


Nota: Elaboración propia

Esta pregunta es clave, ya que, es necesario saber si las personas que están interesadas en este tipo de turismo generan ingresos para asistir al recorrido. En la gráfica se muestra que el 66.5% de los encuestados tiene poder adquisitivo. El segundo grupo más grande son los estudiantes con un 13%, los cuales se podrían generar contactos para comenzar estos recorridos con universidades y colegios. Por último, el tercer grupo con un 11.5% son independientes personas que pueden manejar mejor su tiempo y además generan ingresos y el restante se encuentra en desempleo.

Figura 22.*Rango de edad*

En qué rango de edad se encuentra
200 respuestas

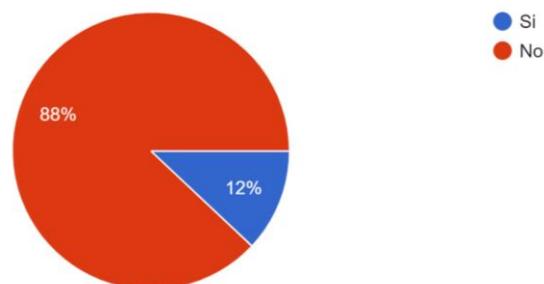


Nota: Elaboración propia

Basados en la gráfica evidenciamos que el rango de edad en los que se va a centrar nuestro nicho de mercado están entre los 18 y 60 años, siendo las personas que tienen entre 26 y 40 años con más presencia con un 52.5%. El rango de personas entre 18 y 25 se encuentra en un 23% ,el 18.5% con rango de edades entre los 40 a 60 y el restante está en el rango de menos de 18 años. Esta pregunta nos ayudará a enfocar la publicidad en puntos específicos como universidades o sitios de trabajo donde frecuentan las personas de este rango de edad que muestran interés en el recorrido turístico. De igual manera es importante no descuidar al grupo “menor de 18”, siendo ellos próximos a ser el nicho principal.

Figura 23.*Conocimiento acerca del apotecario del cóndor*

¿Conoce el lugar “El apotecario del cóndor” ubicado en el centro de la ciudad?
200 respuestas



Nota: Elaboración propia

En la gráfica se muestra con un 88% que las personas no conocen el apotecario del cóndor a pesar de que queda en el centro de Bogotá, lugar donde transitan muchas personas a diario y un 12% conoce el lugar ubicación y concepto del mismo.

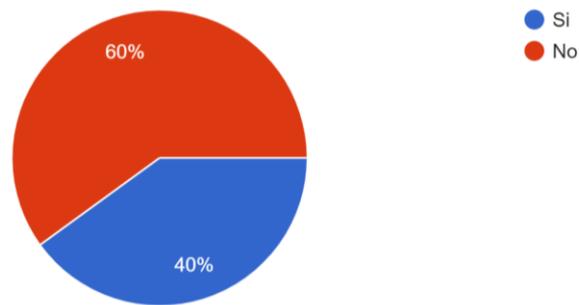
Esto apoyando lo anteriormente dicho, las personas siempre desean hacer las mismas cosas en su tiempo libres o vacaciones y no conocen los lugares culturales que ofrece la ciudad fuera de museos e iglesias. Es importante tener esto en cuenta porque nos demuestra un mercado desconocido que se puede explotar y ayudar así a los muiscas del oriente y el sustento del recorrido.

Figura 24.

Conocimiento acerca del Etnoturismo

¿Sabe o ha escuchado acerca del etnoturismo?

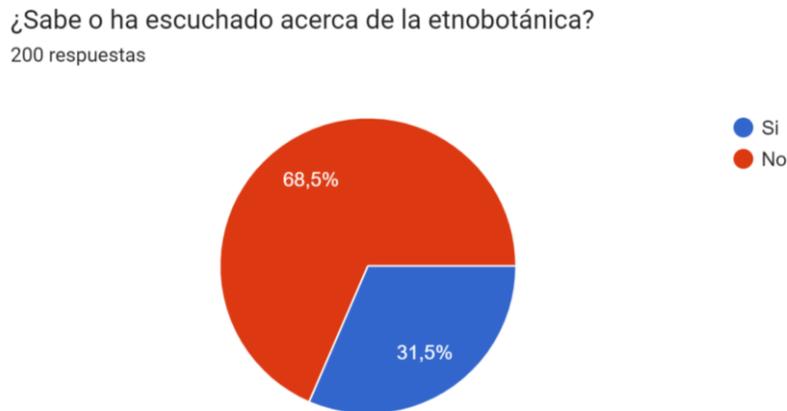
200 respuestas



Nota: Elaboración propia

Cómo se muestra en la gráfica las personas no conocen el turismo que se enfoca en los indígenas, a lo largo de los años este turismo ha cogido un poco más de fuerza, sin embargo, con un 60% las personas y futuros turistas todavía no saben que es el etnoturismo y con un 40% el porcentaje de personas que conocen el concepto principal de nuestra investigación y comprenderán un poco más rápido y fin del mismo.

Esto nos ayuda a captar el interés de las personas con algo nuevo y así sacarlos de la rutina a la cual ya están acostumbrados, utilizando este desconocimiento a nuestro favor y poder posicionarnos dentro del mercado con un producto poco explorado.

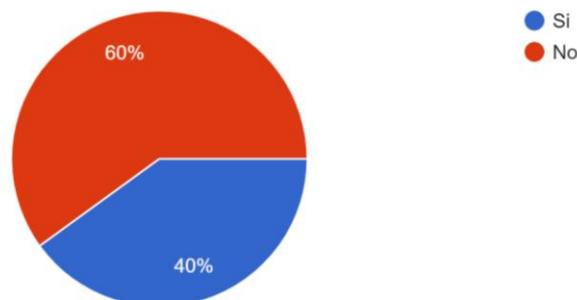
Figura 25.*Conocimiento acerca de la Etnobotánica*

Nota: Elaboración propia

Con un porcentaje mayor es decir un 68.5% s personas manifestaron su desconocimiento pero por el otro lado el 31.5% conocen su significado y la importancia en el turismo, los encuestados indicaron que simplemente no habían escuchado sobre la etnobotánica, este concepto es muy importante en nuestro proyecto, ya que, a través de ella se desea mostrar la cultura de los muisca del oriente, gracias a esta pregunta se refuerza lo expuesto anteriormente, dónde se indica que las personas desconocen estos conceptos y por ende este tipo de turismo. Siendo este un recorrido cultural por el cual se desea enseñar esto se puede utilizar a favor del proyecto.

Figura 26.*Conocimiento acerca de la comunidad muisca del oriente*

¿Conoce o ha escuchado acerca de la comunidad indígena muisca del oriente?
200 respuestas



Aunque la comunidad Muisca es bastante importante, la encuesta demuestra con un 60% que existe un claro vacío acerca del mismo además se puede afirmar que las personas no han manifestado en aprender cosas ancestrales o de aquellas personas que marcaron bastante nuestra cultura y raíces. Y con un 40% quienes si conocen y han escuchado de la comunidad Muisca del orienten; para nosotros es importante que las personas conozcan sobre ellos porque así su esencia, conocimientos y cultura no se perderán y todos les daremos el reconocimiento que ellos merecen.

Figura 27.

Conocimiento acerca de la medicina alternativa. Autoría propia.



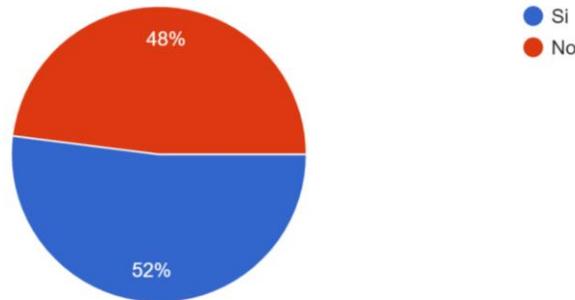
Nota: Elaboración propia

Con un 85% las personas indicaron que, si conocen sobre la medicina alternativa, lo que quiere decir que si conocen de algunos remedios caseros y otro 15% no saben lo que se puede hacer gracias a la medicina alternativa y con un 85% lo cual es muy favorable el concepto de conocimientos previo a la encuesta, con lo anterior se puede afirmar que, aunque las personas conocen la medicina alternativa pero no conocen al mismo nivel su origen y quizás todo lo que se puede realizar con algunas plantas. Con este recorrido se podrá reforzar y enriquecer más este conocimiento y enseñarles a aquellos que no conocen sobre el tema.

Figura 28.*Conocimiento acerca del uso de las hierbas en preparaciones medicinales*

¿Conoce acerca del uso de las hierbas aplicadas en preparaciones medicinales en base a la comunidad indígena Muisca?

200 respuestas



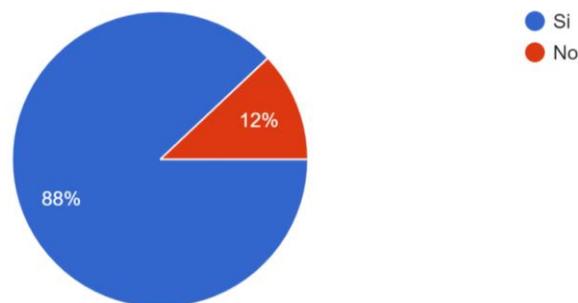
Nota: Elaboración propia

A comparación de la pregunta anterior, la respuesta afirmativa baja a un 52% sin embargo las personas siguen indicando que si conocen las preparaciones que se pueden hacer a través de las hierbas aplicadas en preparaciones medicinales en base a la comunidad muisca del oriente, con un 48% algunas personas siguen manifestando su desconocimiento sobre estos temas. Por lo tanto, es importante reforzar este tema y poder incrementar el conocimiento que los turistas poseen.

Figura 29.*Interés en tener una experiencia turística con una comunidad indígena*

¿Le parecería atractivo tener una experiencia turística con una comunidad indígena?

200 respuestas



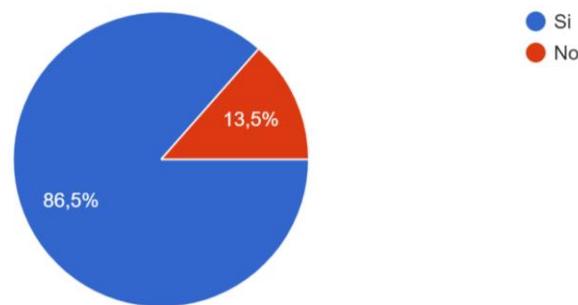
Nota: Elaboración propia

Analizando esta gráfica se puede apreciar que sin importar el desconocimiento sobre los dos temas anteriormente preguntados, los encuestados muestran interés en conocer más acerca de los muisca del oriente esto se manifiesta en un 88% de favorabilidad por lo tanto, se puede decir que el recorrido cogería mucha fuerza por exponer estos temas y gracias a esto nos podemos posicionar en el mercado, teniendo en cuenta la gran variedad de plantas o hierbas medicinales con las cuales se podrá variar los temas expuestos en el recorrido y así no perder el interés de las personas sobre el recorrido y con 12% el claro desconocimiento del mismo.

Figura 30.

Disposición en pagar por un recorrido cultural

¿Pagaría usted por un recorrido guiado a través de riqueza cultural de la cultura indígena muisca?
200 respuestas

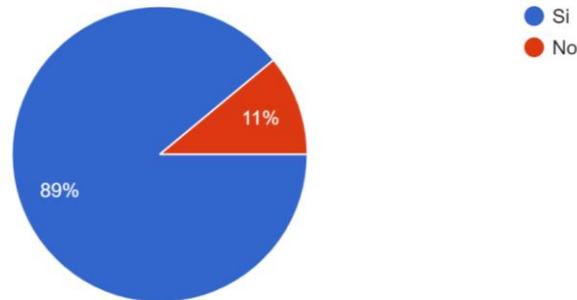


Nota: Elaboración propia

Esta pregunta es esencial porque gracias a esta, se puede saber si las personas están dispuestas a pagar por un recorrido experiencial para conocer más sobre la comunidad indígena muisca del oriente, con un 86.5% las personas dicen que si les gustaría pagar por conocer más de los muisca a través de la etnobotánica. Un 13.5% de las personas dicen no querer pagar para tener esta experiencia. Esto ayudará a mantener el recorrido en pie y funcionando mientras se buscan estrategias para poder llamar la atención al 13.5 y poder bajar el índice negativo.

Figura 31.*Disposición para conocer el apotecario del cóndor*

Visitaría usted "El apotecario del cóndor" para conocer sobre la cultura muisca
200 respuestas

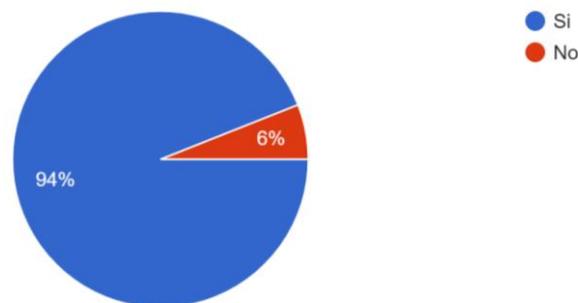


Nota: Elaboración propia

Con esta pregunta sabremos si las personas se tomarían el tiempo de movilizarse hasta el centro de la ciudad a realizar este recorrido experiencial y así conocer sobre la comunidad indígena del oriente a través de la etnobotánica. Con un 89% de las personas encuestadas, podemos ver qué las personas si se tomarían el tiempo para ir hasta el apotecario del cóndor. Un 11% de las personas indican no estar interesadas en ir hasta el centro a tomar este recorrido.

Figura 32.*Importancia de los aportes de la comunidad muisca*

¿Le parecería importante conocer acerca de los distintos aportes de la comunidad muisca del oriente a la sociedad?
200 respuestas



Nota: Elaboración propia

Con un 94% las personas aprecian la importancia de los aportes de la comunidad muisca del oriente a la sociedad, a pesar del desconocimiento sobre ellos. Con un 6% algunas personas manifiestan que para ellos no es importante lo que las comunidades indígenas tengan por enseñar. Con el recorrido podemos intentar bajar el índice de aquellas personas que no lo ven importante, porque a pesar de que sea un número bajo el objeto del recorrido es bajar el demostrar la importancia de ellos.

6.2.1 Conclusión del capítulo

En la encuesta realizada anteriormente, se evidencia lo que se ha dicho en el trabajo expuesto, las personas desconocen sobre los conceptos a los que se hace referencia en el presente trabajo, (la etnobotánica, el etnoturismo). Aunque hay personas que sí reconocen algunos de estos temas, muestran cierta ignorancia al unirlos con los muisca, por esto es de suma importancia realizar más actividades para que el legado de los muisca del oriente trascienda y no quede en el olvido.

Se evidenció de igual manera que los jóvenes si estarían interesados en aprender más de estos temas y con esto se lograría que las nuevas generaciones tengan un poco más de conciencia y les comience a importar el legado de los muisca del oriente y que así lo cuiden y protejan como un tesoro.

7. Capítulo III- Recorrido experiencial dando a conocer las aplicaciones que le da la comunidad muisca del oriente sobre la etnobotánica

7.1 Turismo experiencial

El turismo experiencial surge como una tipología estudiada por ciencias como la sociología, la filosofía, la psicología, la antropología y se define como Revista Temas 233 el momento en el que la persona vive situaciones satisfactorias y emocionantes; dejando para esta una recordación; las experiencias están dimensionadas como sensoriales, emocionales, intelectuales e interactivamente al clasificarlas se pueden ajustar a diferentes actividades que la persona realice (Jiménez & Campo, 2016; Rivera, 2013).

Smith (2006) señala varias definiciones del concepto. Algunas de ellas son las siguientes:

Tabla 6.

Concepto de turismo experiencial a partir de Smith (2006).

El turismo experiencial es el resultado de un movimiento global en torno al concepto de experiencias.

El turismo experiencial, está fuertemente ligado con la economía experiencial y la evolución de la personalización en masa.

La esencia del turismo experiencial anima a las personas a participar, e involucrarse en las diferentes culturas relacionadas con el destino, las comunidades y el entorno.

En la creación de experiencias en un destino ganan tanto el consumidor, como el empresario, ya que el visitante invierte su tiempo y dinero a cambio de un crecimiento a nivel personal, en cuanto a valores y actitudes, así como la oportunidad de conseguir a partir de esa experiencia, sus propios recuerdos.

El paso de unas vacaciones activas a unas vacaciones con experiencias es un salto con un grado de importancia alto para la industria turística.

Nota: Elaboración propia

7.1.1 Elementos del turismo experiencial

7.1.1.1 Atractivos turísticos.

Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él. (Rodríguez 2017).

7.1.1.2 Superestructura

Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión (Rodríguez 2017).

7.1.1.3 Infraestructura.

Definida por el diccionario de la Real Academia Española como el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera. En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico. Son 3 tipos de infraestructura: (1) marítima, (2) terrestre y (3) aérea (Rodríguez 2017).

7.1.1.4 Servicios.

En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras (Rodríguez 2017).

7.1.1.5 Turistas.

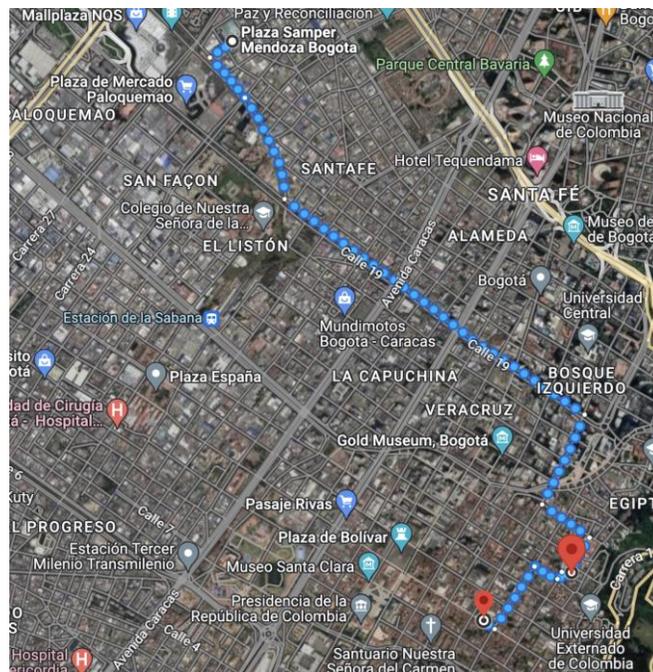
Ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora (Rodríguez 2017)

7.2 Descripción de la propuesta

Este paquete está diseñado para aquellas personas que se interesen por la cultura, la etnobotánica y los muiscas. En el recorrido se mostrarán y explicarán de diferentes maneras las diferentes plantas y la importancia que tienen para los muiscas del oriente y como ellos lo utilizan en su diario vivir. Con esto se quiere lograr que las personas conozcan más acerca de nuestros ancestros y como ellos ayudaron a establecer bases para nuestro desarrollo social.

Figura 33.

Mapa cartográfico de los puntos del recorrido.



Nota. Google Maps

7.3 Planificación del recorrido

7.3.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo el cual va dirigido el paquete turístico es a hombres y mujeres entre 26 y 40 años (según la encuesta realizada), nacionales e internacionales que muestren interés en la cultura. Personas que quieran interactuar con los campesinos y los muiscas para así escucharlos y aprender de cómo se pueden aprovechar las plantas de una mejor manera. Esto con el fin de informar acerca de los muiscas y darles el reconocimiento que se merecen. Pero de una manera divertida.

7.3.2 Motivaciones del turista

El turismo cultural ha sido tradicionalmente abordado desde el punto de vista de la literatura científica, en términos de su atracción a visitantes que pretenden conocer, participar, enriquecer su formación o, sencillamente, disfrutar de los monumentos y el patrimonio puestos en valor en términos turísticos. (Rodríguez; Talaya 2011; Jiménez 2011; Martínez M 2011). este recorrido es ideal Por esto podemos asegurar que gracias al recorrido aprenderán sobre temas que pueden no llegar a conocer.

7.4 presupuesto

Para la creación y realización del recorrido experiencial es importante la elaboración de un presupuesto enfocado en la comercialización del recorrido experiencial. En este caso, se debe dar una mayor importancia a la publicidad, esto para asegurar que el recorrido se posicione en el mercado en un tiempo más corto. En la siguiente figura se mostrará cuáles son los valores que se tendrán en cuenta para lograr posicionar el recorrido experiencial dentro del turismo.

En la encuesta realizada dentro del presente trabajo evidenciamos que las personas desconocen tanto la etnobotánica como el etnoturismo, por ellos se debe tener en cuenta que la publicidad debe ser tomada como ítem principal, como se explica anteriormente, este será determinante para iniciar con el recorrido experiencial de una buena manera. En este caso se deberá invertir, tanto en medios tradicionales y no tradicionales para así poder llegar a diferentes tipos de público y posibles

clientes. De igual manera, es importante invertir en la tecnología para que esta publicidad sea llamativa e informativa expuesta de diferentes maneras.

Durante la investigación se descubrieron dos factores determinantes para que las personas escojan nuestro producto, lo primero es la sostenibilidad ambiental, por ello se invertirá en publicidad digital como son los Brochure. El segundo factor que se halló importante es la facilidad de acceder a toda la información del recorrido y por ello se optó por la creación de una página web, para que así el turista pueda desplegar toda la información del recorrido.

Tabla 7.

Presupuesto para el recorrido experiencial

1. Publicidad	4.000.000
2. Marketing digital (Redes sociales, correos, blogs y canales digitales por los cuales lo daremos a conocer)	4.000.000
1. Instrumentos para la realización del recorrido (Encuestas, entrevistas entre otros métodos de recolección de datos)	15.000.000
Total	23.000.000

Nota: Elaboración propia

7.5 Costos del paquete turístico

Tabla 8.

Estructuración a partir de los precios que intervienen en el paquete turístico

Número de personas	Costo para el recorrido experiencial			
	10	20	30	40
Transporte	\$120.000	\$240.000	\$360.000	\$480.000
Guía	\$117.000	\$117.000	\$117.000	\$117.000
valores por persona				
Costo de transporte	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000
costo del guía	\$11.700	\$5.850	\$3.900	\$2.925
Desayuno	\$26.000	\$26.000	\$26.000	\$26.000
Almuerzo	\$21.000	\$21.000	\$21.000	\$21.000
Refrigerio	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Entrada al museo de la chicha	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Seguro de viaje	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000

Costo para el recorrido experiencial				
Número de personas	10	20	30	40
Otros	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$1.800
Costo total por persona	\$105.500	\$99.650	\$97.700	\$84.725
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
valor al público	\$117.889	\$110.389	\$108.222	\$94.139
Utilidad por persona	\$11.389	\$11.739	\$10.522	\$9.414
Utilidad total	\$117.889	\$221.778	\$225.667	\$376.556
IVA 19%	\$22.739	\$21.504	\$20.092	\$17.886
Precio de venta	\$139.628	\$131.893	\$129.314	\$112.025
Precio de venta	\$140.000	\$132.000	\$130.000	\$113.000

Nota: Elaboración propia

7.6 Guión turístico

Según Marticorena (2013) el guión turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar la información a las características de los diferentes segmentos de turistas con la finalidad de hacerla accesible. En el recorrido se expondrán tres puntos importantes donde se hablará de la importancia de la etnobotánica y el manejo que le dan los muisca. Aquí se expondrá la importancia de cada uno de los puntos a visitar.

Tabla 9.

Resumen del recorrido a partir de la importancia de los lugares

Resumen de la propuesta experiencial a través de la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente	
Punto de encuentro	Aquí la guía Carmen Correa estará esperando a todos las personas que realizarán el recorrido para poder comenzar con este
Protocolo de bienvenida	Guía: ¡Buen día, mi nombre es Carmen Correa y el día de hoy voy a ser el guía que los acompañará durante el recorrido de turismo cultural enfocado en el etnoturismo y la etnobotánica; que haremos en diferentes partes del centro de Bogotá. El día de hoy realizaremos un recorrido de etnoturismo aquí en el Centro de Bogotá. Donde disfrutaremos del contacto directo con diferentes plantas y preparaciones mostradas por los

Resumen de la propuesta experiencial a través de la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente

muisca del oriente, un mundo diferente al que conocemos hoy día por las facilidades que nos ha mostrado la sociedad. En este mágico mundo apreciamos la importancia de los muisca del oriente.

La guía Carmen Correa, dará una breve explicación sobre los cuidados que se deben tener en cada sitio y las precauciones necesarias para el desarrollo de la actividad. de igual manera, dará a conocer las actividades que se realizarán durante el recorrido.

Breve descripción del centro de Bogotá

El centro vibrante de Bogotá, con lugares icónicos como una catedral de la época colonial y el Capitolio neoclásico que flanquea la Plaza Bolívar. Estrechas calles llenas de tiendas que venden esmeraldas y artesanías conducen a lugares de interés cultura

Primer punto
La plaza distrital de mercado Samper
Mendoza

Es famosa por ser el epicentro de hierbas aromáticas medicinales y estéticas las cuales llegan desde distintas partes del país.

Los días lunes y jueves llegan a la plaza centenares de campesinos con camiones cargados de hierbas ancestrales, alrededor de unos 290 tipos de estas por provienen de la región amazónica, región caribe, región Andina y región Orinoquia.

Lo anterior se considera importante para el proyecto, ya que, este será el primer acercamiento a la etnobotánica y se vivirán diferentes experiencias donde los turistas conocerán diferentes plantas y sus preparaciones. Aquí también se tendrá un pequeño acercamiento a los campesinos que cosechan y distribuyen las diferentes plantas que utilizan los Muisca para sus comidas y medicinas diarias

Segunda parada
el museo de la chicha

Ubicado en la localidad de la candelaria busca rescatar y preservar el valor histórico y cultural que tienen las bebidas ancestrales como parte de la vida étnica en contextos muy amplios de la misma; en este caso resaltaremos la comunidad indígena muisca y la aplicación de saberes, como lo son bebidas y preparaciones aplicadas a partir de su botánica como lo es la chicha, bebida insignia.

Resumen de la propuesta experiencial a través de la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente

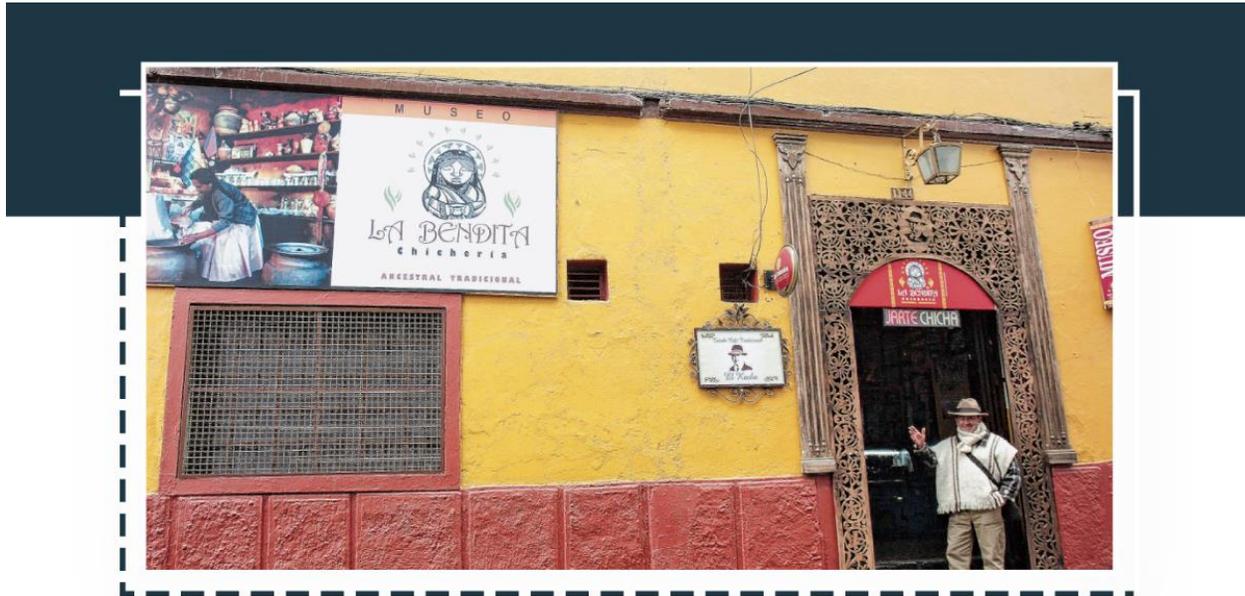
El apotecario del cóndor Es un lugar tan mágico ubicado en la localidad de la Candelaria encierra mucha historia, con mucha calidad humana, pero sobre todo rica en hierbas ancestrales con mucho por contar a sus visitantes.

Nota: Elaboración propia

7.7 Comercialización

Figura 34.

Comercialización



MUSEO DE LA CHICHA

Carrera 1, Chorro de Quevedo

El museo nos cuenta el proceso de la chicha desde cómo se muele el maíz, que tipos de maíz se usan, cuales son las herramientas que los indígenas utilizaban en este caso la comunidad Muisca, la mitología que está detrás de la chicha, información muy valiosa base de nuestra idiosincrasia y pensamiento que, sin embargo, pocos conocemos.



PLAZA DE MERCADO

SAMPER MENDOZA

Carrera 25 No. 22A -73

Los campesinos de la Samper Mendoza llevan más de 40 años en el negocio, sus conocimientos botánicos han pasado de generación en generación, conocen al detalle las propiedades de las hierbas que cultivan, pues aseguran que ayudan a curar gran cantidad de enfermedades.



A P O T E C A R I O

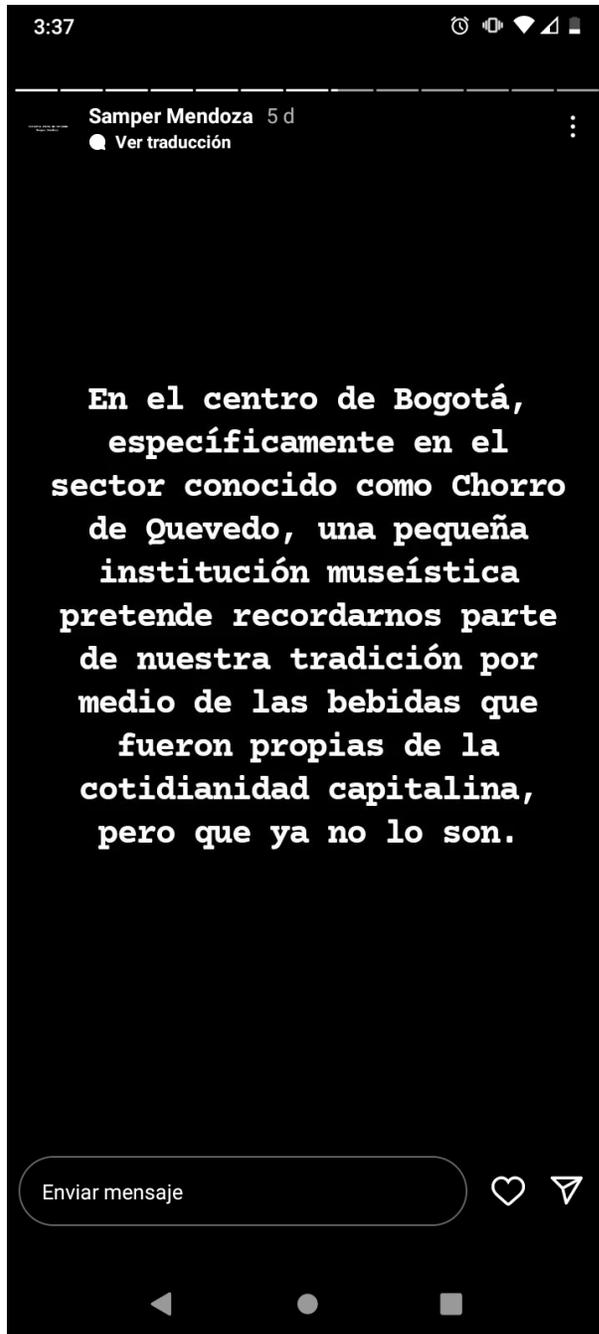
DEL CÓNDOR

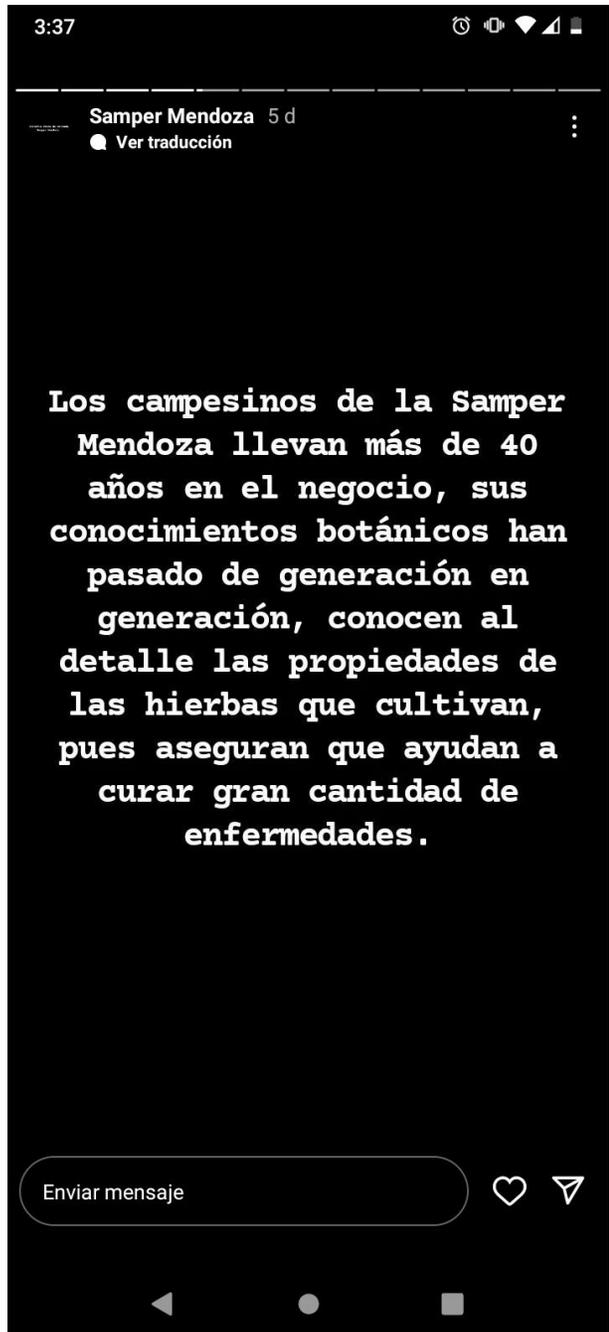
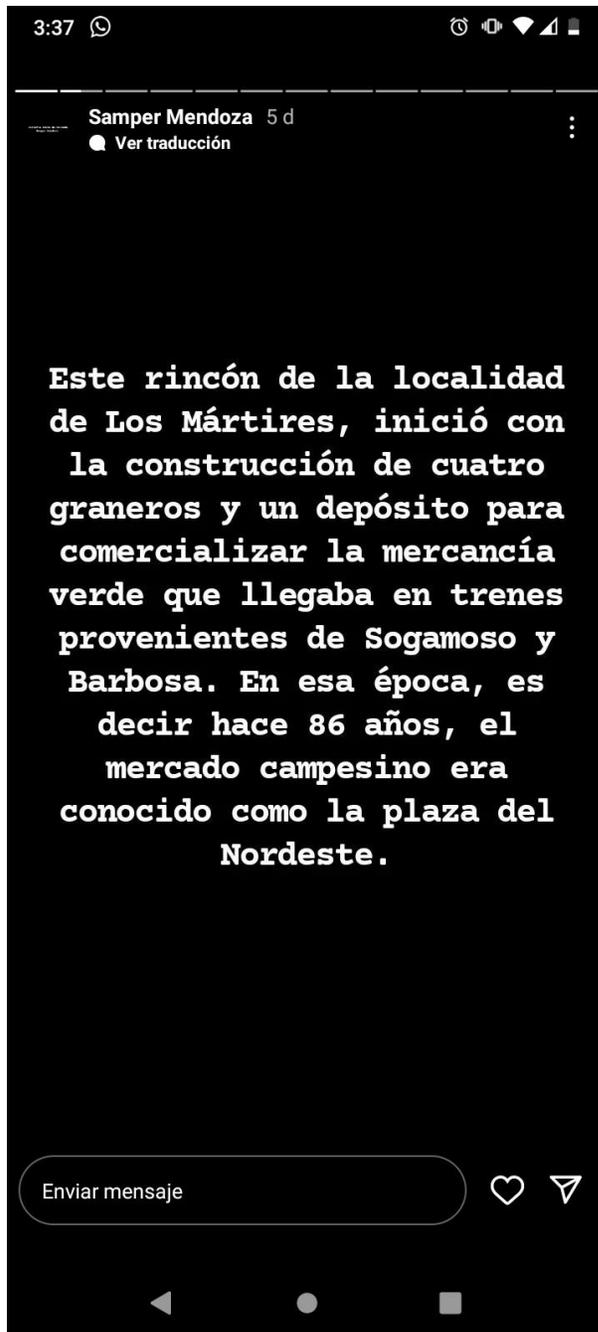
Calle 10 N 3-41
La Candelaria, Bogotá

Hacen parte del Cabildo Muisca de Oriente y a través de acuerdos con Cabildos Murui, Arahuacos, Misak y Nasa traemos las plantas milenarias al mercado moderno. Prima un inmenso respeto y con el permiso de los Mayores y Mayoras lo compartimos de una forma auténtica y novedosa.

*Recorrido
experiencial*

**A TRAVÉS DE LA
ETNOBOTÁNICA MUISCA**





3:39     



Todo Publicaciones Personas Grupos Eventos

Personas

Recorrido Experiencial Muisca
Creador digital
Centro Turístico Muisca

Siguiendo

Ver todo

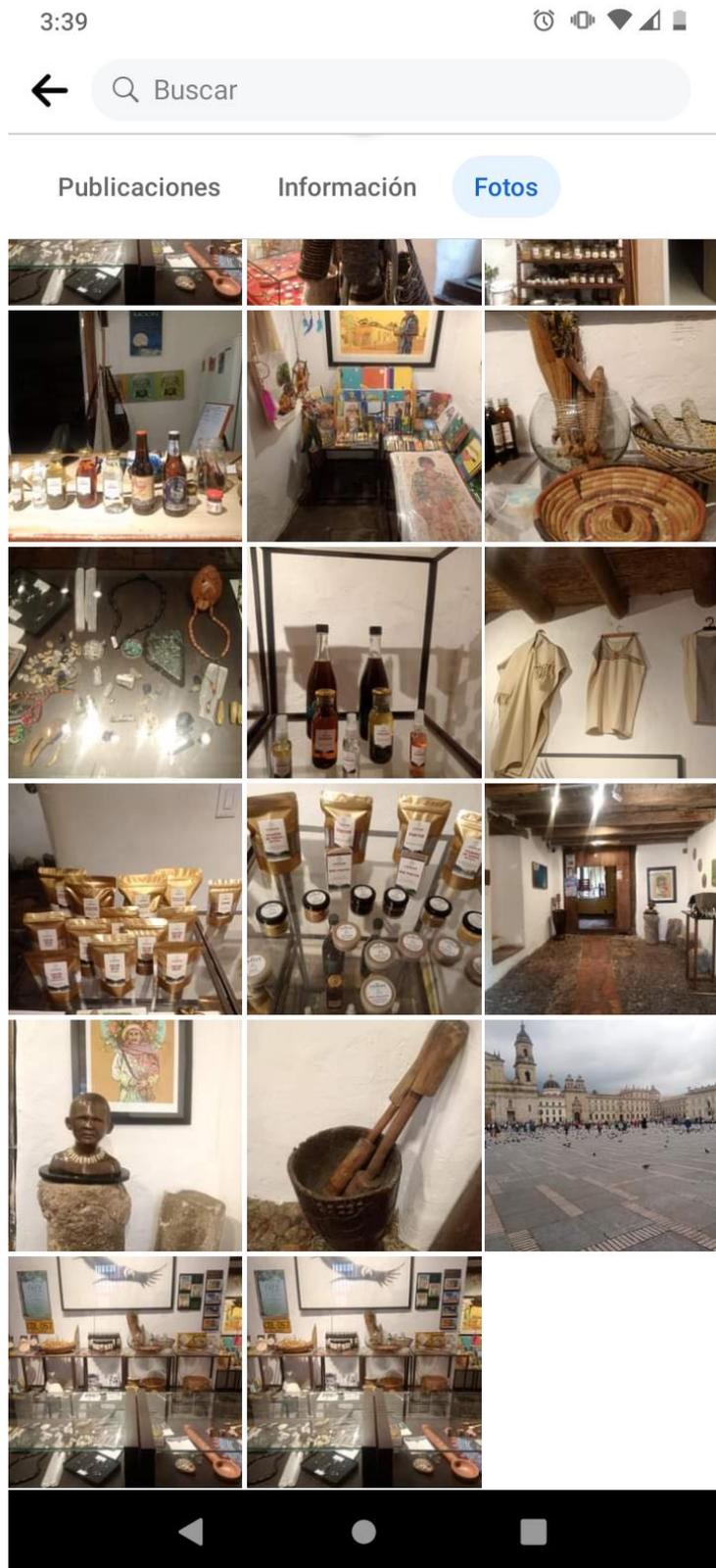
Según tu búsqueda de 'recorrido experiencial muisca'

Viajes Maragar
Publicidad • 

 Acompañanos a los termales de Santa rosa + Salento 
Por tan solo \$219.000 por persona  Domingo 30 de abril 
Reserva tus cupos desde ya!... más







Nota: Elaboración propia

7.7.1 Brochure

Figura 35.

Brochure

Nota: Elaboración propia

7.7.2 Estrategia de inserción

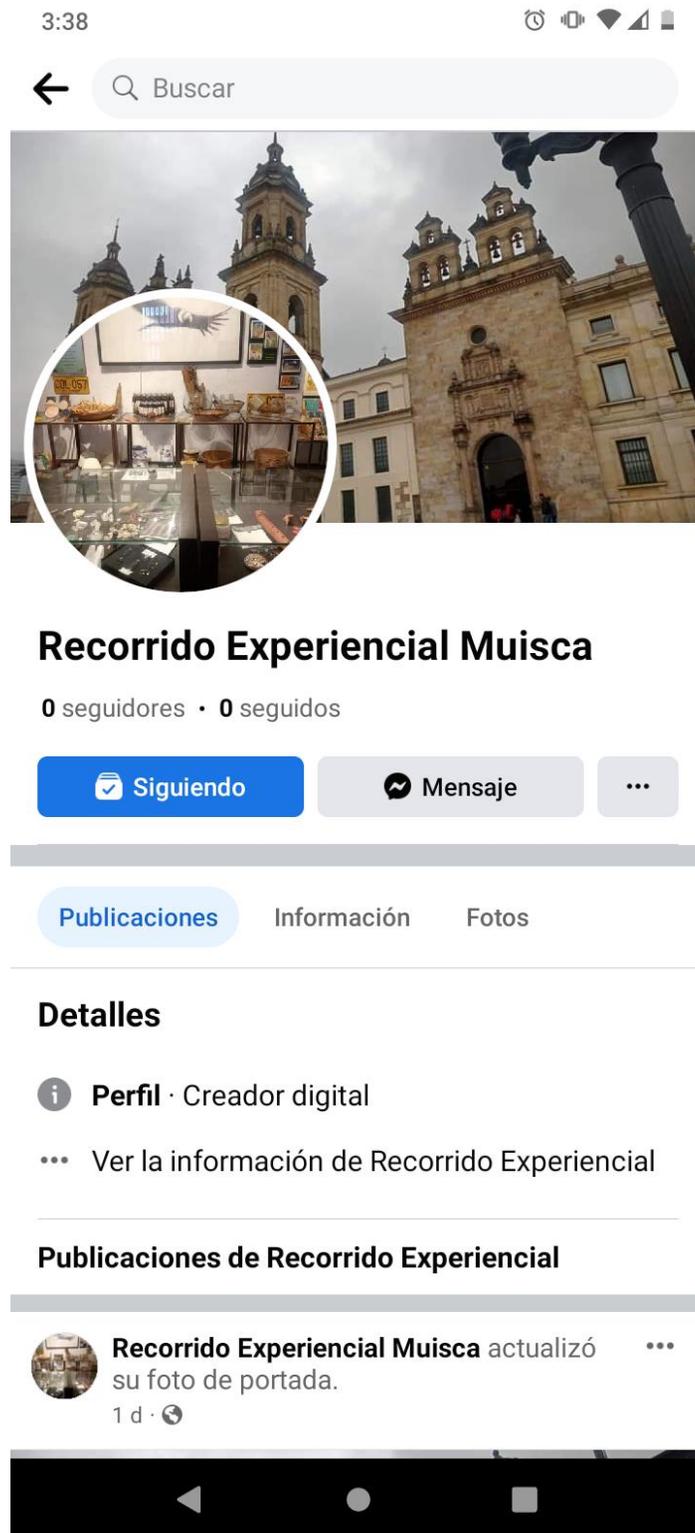
Se desea posicionar el Etnoturismo en la localidad de la Candelaria en la ciudad de Bogotá. Se busca realizar una comercialización y/o promoción, que logre motivar a las personas tanto nacionales como extranjeras a practicar más el etnoturismo y conocer más la cultura de los Muisca del oriente. Se desea lograr realizar este posicionamiento de manera indirecta, donde nuestros posibles clientes se enterarán del recorrido por terceros o intermediarios. De igual manera se espera realizarlo de manera directa, donde se llegue a los posibles clientes sin necesidad de terceros.

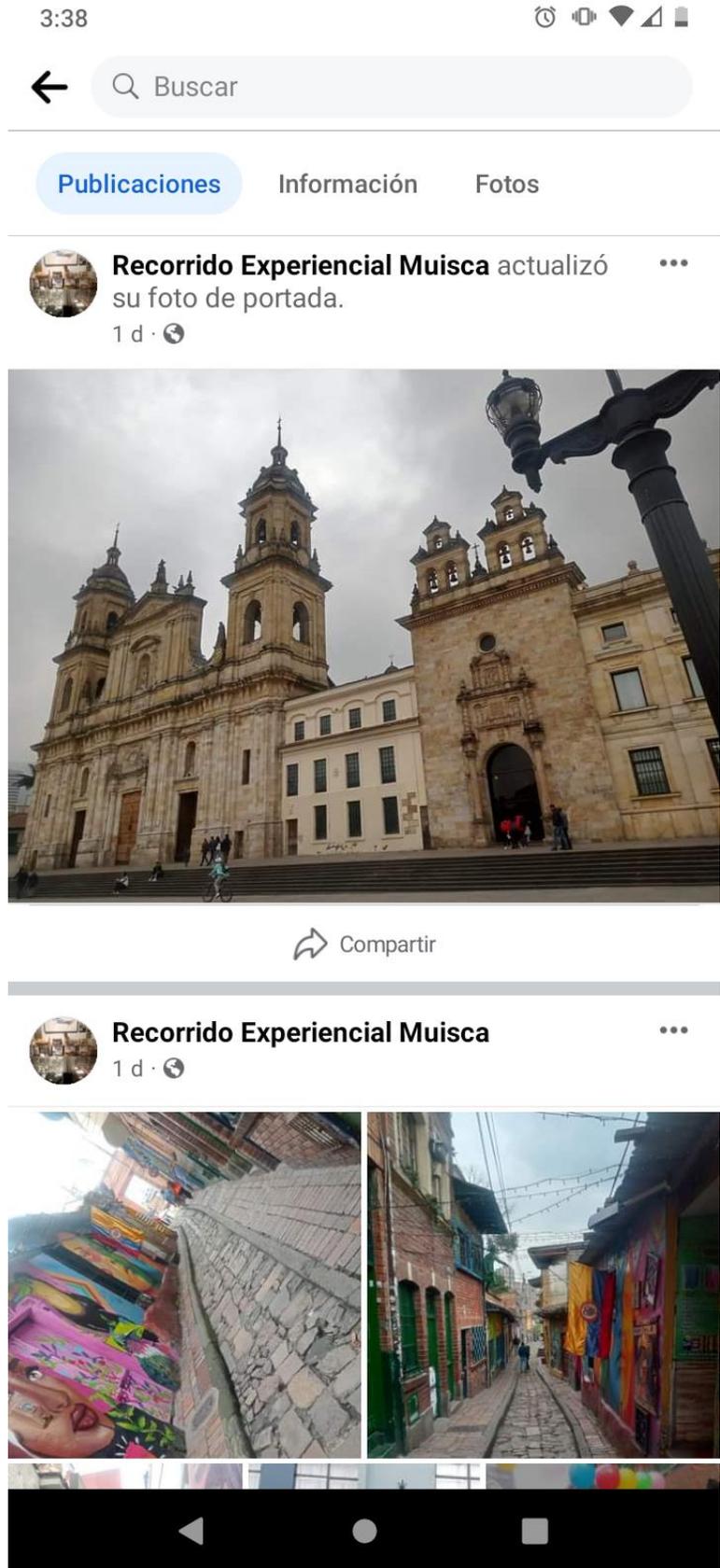
7.7.3 Publicidad

En esta etapa de la estructuración del recorrido la publicidad es parte esencial del éxito de este, lo que se quiere es llegar a ser conocidos de manera masiva por ende será difundido por redes sociales por medio de post alusivos. Al igual que un brochure el cual se entregará y así dar a conocer más sobre la importancia y el fin de este recorrido donde resaltaremos la trascendencia de la comunidad Muisca del oriente sus conocimientos ancestrales y aplicaciones a través de su botánica la cual ha enriquecido enormemente su legado cultural.

Mediante post e imágenes alusivas, el paquete turístico será difundido en todas las redes sociales de manera presencial en la plaza de mercado Samper Mendoza, Museo de la chicha y el apotecario del cóndor donde en lugares turísticos cercanos al recorrido se resaltará la importancia del mismo y el fin turístico frente a la investigación.

Figura 36.
Publicidad





7.7.4 Relaciones públicas.

Esto es de gran importancia para dar a conocer el recorrido turismo en diferentes eventos, ferias y congresos, con esto se desea lograr que diferentes empresas turísticas conozcan nuestro producto y realicen el papel de intermediarios, para ofrecer el servicio ofrecido y lograr llegar a más personas, por ello es fundamental que los Boucher y demás publicidad contenga la información más relevante donde se evidencia lo que se ofrece y todo aquello se considere llamativo, para que el recorrido sea más fácil de vender.

7.8 Diseño final

Tabla 10.

Itinerario del recorrido turístico

8:00 am	Encuentro en la entrada principal de la plaza de mercado distrital Samper Mendoza	Realizaremos un recorrido por la plaza de mercado, la cual es reconocida por su amplia variedad de plantas ancestrales, esotéricas provenientes de todas las regiones del país.	<p>Figura 37. Plaza de mercado Samper Mendoza.</p>  <p>elaboración propia</p>
8:30- 9:00 am	Desayuno típico	Chocolate, huevos pericos y pan	
9:00- 10:00 am	Recorrido a través de la botánica indígena representada en su variedad cautivante	Se llevará a cabo el recorrido de la mano de uno de nuestros campesinos quienes son partícipes del legado ancestral.	
10:10 am	Degustación de bebida ancestral	Prepararemos una bebida en base a la botánica Muisca	
10:30 am	Desplazamiento hacia la próxima parada	Nos dirigiremos hacia el museo de la chicha	

11:00 am	Llegada al museo de la chicha	Mítico lugar representativo de la cultura Muisca donde se resalta la chicha como bebida ancestral, aprenderemos, reflexionaremos y entenderemos aún más la importancia de esta comunidad indígena.	<p>Figura 38. El apotecario del cóndor</p> 
1:00- 1:15 pm	Finalización del recorrido por el museo	Actividades de aprendizaje, preparaciones a base de maíz y momentos lúdicos durante el recorrido	
1:30- 2:30 pm	Almuerzo	Momento de compartir un delicioso almuerzo típico de la región, donde conoceremos un poco más de la gastronomía local.	
2:45 pm	Encuentro en la plaza de Bolívar	Nos encontraremos en la plaza de Bolívar para dirigirnos hacia el Apotecario del cóndor pilar y centro de la etnobotánica Muisca	

3:00 pm	Apotecario del cóndor	<p>Iniciaremos el recorrido por este mágico lugar que no solo guarda tesoros físicos sino también riqueza cultural, ancestral y gastronómica. Realizaremos actividades de aprendizaje indígena, degustaremos bebidas con ingredientes étnicos y estaremos en constante reflexión sobre la preservación de esta.</p>	<p>Figura 39. El apotecario del cóndor.</p>  <p>Elaboración propia.</p>
5:00 pm	Finalización del recorrido	<p>Agradecimientos a todos y cada una de las personas que hicieron parte de este mágico tour a través de la etnobotánica muisca.</p>	

Nota: Elaboración propia

8. Conclusiones

8.1 Conclusiones

¿Cómo elaborar una propuesta de un paquete de turismo experiencial por medio de la etnobotánica de la comunidad Muisca del oriente?

*En este paquete turístico lo principal es contar con la suficiente información y bases teóricas acerca de la comunidad indígena, en este caso correspondiente a la comunidad indígena del oriente además de la cooperación de esta; de manera que nos brindan el suficiente acompañamiento durante la investigación en curso y nos aporten de forma espontánea y veras todo su conocimiento ancestral.

*Se debe tener claridad sobre el panorama de la comunidad en la actualidad, se debe garantizar poder brindar una verdadera experiencia al turista donde se sienta extasiado de principio a fin.

*Se fue testigo de la poca evidencia documental, imágenes alusivas entre otros respecto lo cual nos complicó en un principio la construcción de la investigación ya que se perdía un poco el foco de interés del mismo por la poca colaboración de cierto sector de la comunidad Muisca del oriente ubicada en la localidad de la candelaria.

Análisis de la teoría versus los resultados

Con respecto a la teoría acerca del trabajo de investigación se puede inferir, la comunidad indígena Muisca del oriente es poco conocida, a pesar de que existen cabildos de esta etnia en Bogotá no es significativa la información que se pueda obtener sobre este se debe ser consciente de la importancia y aportes de valor que ha hecho la comunidad indígena; a medida que se encuentran puntos estratégico y de interés es mayor el compromiso y dedicación por saber el progreso de la misma a través del tiempo que desde un principio despertó un gran interés por su proyección turística y aporte a la botánica indígena y tradicional.

Ideas para futuras investigaciones

Desde el inicio de la investigación el tema daba para profundizar en muchos campos como lo son,

*La gastronomía étnica de la comunidad Muisca del oriente en el cual se puede indagar sobre distintas preparaciones, el uso de plantas ancestrales, esotéricas, bebidas típicas, infusiones en base a ella, manifestándose en un rescate gastronómico o un paquete turístico gastronómico.

*Un recetario en base a bebidas ancestrales ya que existe gran variedad de plantas usadas en estas bebidas las cuales son de distintas partes del país.

*Una investigación acerca de las regiones donde se evidencia rastro de la cultura Muisca y dónde podemos abordar también el aporte de cada una de las regiones de nuestro país a la botánica de esta comunidad indígena.

8.2 Recomendaciones

*Que se debe tener en cuenta para implementar esta propuesta (dos o tres párrafos).

Teniendo en cuenta la investigación tan fructífera y enriquecedora que se ha realizado, se ha logrado abarcar los aspectos más importantes y relevantes de la comunidad indígena Muisca.

*Desde el primer momento se ha querido implementar por esa razón se ha tenido conversaciones con el IDT (instituto distrital de turismo) además de interactuar con las plazas de mercado que nos aportan de gran manera a la investigación; así impactaría de gran manera por su concepto turístico, rescate étnico y ancestral, de esta manera aplicar y dar a conocer nuestro paquete turístico no solo a residentes colombianos sino también a cada uno de los extranjeros que son felices en el país y gozan con el turismo local.

*En cuanto a las agencias de viajes o empresas dedicadas a realizar tours o recorridos guiados dónde tenga cabida el concepto de turismo experiencial que pueda aplicar a los distintos paquetes enfocados en Bogotá que se centran además en la etnobotánica que tanta relevancia se merece, de antemano resaltar el respeto y autonomía que merecen las comunidades indígenas que se encuentran no solo en Bogotá sino en todo el país conservando un legado invaluable.

Referencias

- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Ávila-Sosa, R., Navarro-Cruz, A. R., Vera-López, O., Dávila-Márquez, R. M., Melgoza-Palma, N., & Meza-Pluma, R. (2011). Romero (*Rosmarinus officinalis* L.): una revisión de sus usos no culinarios. *Ciencia y mar*, 15(43), 23-36.
- Cabrera, G. C. L. (2011). Laurel de cera (*Morella pubescens*), especie promisorio de usos múltiples empleada en agroforestería. *Revista Agroforestería Neotropical*, 1(1).
- Castellano, M. (2015). ¿Servicio de referencia en la conserjería de un hotel u orientación del ocio en turismo? (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).
- Castro, D. V., Pantoja, A., & Gomajoa, H. A. (2017). Evaluación in vitro de la capacidad antimicrobiana del aceite esencial de eneldo-*Anethum graveolens*-como inhibidor del crecimiento de *Staphylococcus aureus*, coliformes y hongos presentes en la carne de trucha. *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 64(2), 44-51.
- Centeno, L. M. M., Beato, M. T. A., & Bobillo, M. T. S. (1998). Plantas Medicinales Españolas. *Mentha pulegium* L. (Labiatae)(Poleo, Poleo-menta). *Studia Botánica*, 17.
- Charria García, Fernando. (2016). Comentarios sobre la reforma de la ley general de turismo de Colombia efectuada por la ley 1558 de 2012. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 49(145) Recuperado en 15 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332016000100012&lng=es&tlng=es.
- Corzo Arévalo, D. (2021). Análisis de políticas públicas. El caso del Plan Sectorial de Turismo de Colombia 2018-2022. *GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS*, (23). Recuperado a partir de <https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/218>
- Cumbe Guerra, P. A. (2016). La producción del espacio de las comunidades afrocolombianas en las localidades de la Candelaria y Santa Fe de la ciudad de Bogotá (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- De los pueblos, p.s. (2020). Universidad de el salvador facultad de jurisprudencia y ciencias sociales escuela de relaciones internacionales (Doctoral dissertation, Universidad de el

- salvador facultad de jurisprudencia y ciencias sociales escuela de relaciones internacionales “incidencia de las organizaciones internacionales: pnud, Unesco).
- Díaz Arroyo, D. A., Álvarez Hurrego, M. A. (2022). Identidad cultural, tradiciones y patrimonio turístico de la Etnia Wayuu: Su preservación desde el Etnoturismo.
- Dimitrova Stefanova, Y. (2016). Turismo experiencial: Una revisión de la literatura.
- Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural, 17(6), 1101-1112.
- Expedia (2022). La Candelaria: visita la candelaria. <https://www.expedia.com/es/Bogota-La-Candelaria.dx6053685> de Bogotá, C. D. C. (1996). Ley 300 de 1996.
- González, J. R. R., & Leyva, N. V. (2018). Patrimonio y turismo cultural: consideraciones para la puesta en valor del centro histórico de Gibara y su entorno. Revista NUPEM, 10(21), 4-16.
- Hernández-Agero, TO, & Accame, MEC (2019). Cilantro. Panorama actual del medicamento, 43 (428), 1308-1313.
- Lleras, R. (2005). Los Muisca en la literatura histórica y antropológica. Boletín de historia y de antigüedades, 92(829), 307-338.
- Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo: nueva clasificación. Buenos aires, 1, 66-86.
- Lowenthal, D. (1985). El pasado es un país extraño (Vol. 194). Ediciones AKAL.
- Mendoza, I. p. b. (2019). Diseño de producto turístico sostenible mujer misak (Doctoral dissertation, universidad para la cooperación internacional).
- Munguía, A. R., Zavala, D., & Martínez, A. A. (2012). Perejil (*Petroselinum crispum*): compuestos químicos y aplicaciones. Tlatemoani: revista académica de investigación, (11), 10.
- Nieto Mejía, A., Mora, J., & Bonelo Martínez, E. (2021). Representaciones sobre la memoria de la tragedia de Armero desde las prácticas turísticas. PALMA Express, 54–98. Recuperado a partir de <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/377>
- Nieto, A; Mora, J y Bonelo, E. (2022). La memoria como objeto de mercantilización y consumo a partir del turismo en las ruinas de Armero. En: Transformaciones del turismo: aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio (51-72). Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Nieto, A. (2020). Turismo y patrimonio cultural: análisis geográfico y prospectivo en el norte del Tolima: Corporación Universitaria Unitec. Bogotá Colombia. Recuperado de:

- https://www.researchgate.net/publication/351287015_TURISMO_Y_PATRIMONIO_CULTURAL_analisis_geografico_y_prospectivo_en_el_norte_del_Tolima
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752.
- Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación. Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico.
- Pilquiman, M., & Skewes, J. C. (2009). Los paisajes locales y las encrucijadas del etnoturismo: reflexiones a partir de los proyectos turísticos de comunidades indígenas en la Región de Los Lagos en Chile. *Cuadernos de turismo*, (24), 169-191.
- Rodríguez, D. T. G., Abella, Y. C., & Pineda, C. A. R. (2017). Ecoturismo, turismo experiencial y cultural. Una reflexión con estudiantes de Administración de Turismo. *Revista Temas: Departamento de Humanidades Universidad Santo Tomás Bucaramanga*, (11), 229-236.
- Rodríguez, M. (2017). Diseño de una ruta turística entre el cantón baños de agua y la comunidad de Santa Rosa de Runtún, Provincia de Tungurahua, Ecuador. (Proyecto de investigación. Universidad Regional Autónoma de los Andes UNIANDES). Recuperado de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7365>
- Rovetto, G., Moreno, N., Bolívar, V., Calvo, S., Suárez, G., Justiniano, C., ... & Caballero, O. (2010). Aplicaciones medicinales del tomillo. *Universidad, Ciencia y Sociedad*, 1, 16.
- Sánchez Govín, E., Leal López, I. M., Fuentes Hernández, L., & Rodríguez Ferrada, C. A. (2000). Estudio farmacognóstico de *Ocimum basilicum* L. (albahaca blanca). *Revista Cubana de Farmacia*, 34(3), 187-195.
- Sánchez Nielsen, D. E., Mancipe Martínez, J. C., Espinosa Espinel, J. D., & Guzmán Sierra, N. (2018). Centro regional etnoturístico de acopio y transformación para la elaboración de medicamentos derivados de plantas ancestrales.
- San Cristóbal, E. S. D. E. (2013). Diagnóstico local con participación social 2011 Localidad de San Cristóbal.
- Vargas Rodríguez, J. D. Aportes a la gestión del riesgo por emergencias humanas no intencionales, provocadas en zonas de playa colombiana.

Apéndices

Apéndice A. Cuestionario

Un cordial saludo, lo invito a ser partícipe de nuestro proyecto de grado en la investigación “Propuesta experiencial a través de la etnobotánica de la comunidad muisca del oriente “donde a partir de la recopilación de datos entre los que se encuentran; saberes, conocimientos y conceptos valiosos de la comunidad muisca del oriente que busca conservar preservar y resaltar la importancia de esta tribu indígena.

Este grupo étnico está ubicado en el centro de la ciudad, localidad de la Candelaria llamado “El apotecario del cóndor “del programa de Hotelería y turismo de la universidad universitaria Agustiniiana. Es importante aclarar que la información y resultados que aquí recolectan son confidenciales y sólo tendrá acceso a ellos el integrante del grupo de investigación. Esta entrevista tendrá una duración de 5 minutos, será grabada con la autorización del entrevistado.

1. Género:

Femenino

Masculino

Otro

2. Ciudad de residencia:

3. Localidad de residencia” (en caso de contestar “Bogotá” en la pregunta anterior):

4. Ocupación u oficio:

Estudiante

Empleado

Independiente

Desempleado

Otro

5. En qué rango de edad se encuentra:

Menor de 18 años

Entre 18 y 25

Entre 26 y 40

De 40 - 60

De 61 en adelante

6. ¿Conoce el lugar “El apotecario del cóndor” ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá?

Si ____

No ____

7. ¿Sabe o ha escuchado acerca del etnoturismo?:

Si ____

No ____

8. ¿Sabe o ha escuchado acerca de la etnobotánica?:

Si ____

No ____

9. ¿Le parecería atractivo tener una experiencia ancestral a través de una comunidad indígena?:

Si ____

No ____

10. ¿Pagaría usted por un recorrido guiado a través de la riqueza cultural de la cultura indígena muisca?

Si ____

No ____

11. ¿Conoce o ha escuchado acerca de la comunidad indígena muisca del oriente?:

Si ____

No ____

12. ¿Conoce o ha escuchado acerca del turismo indígena?

Si ____

No ____

13. ¿Conoce acerca del uso de las hierbas aplicadas en preparaciones medicinales en base a la comunidad indígena Muisca?

<Si ____

No ____

14. ¿Conoce o ha escuchado acerca de la medicina alternativa?

Si ____

No ____

15. ¿Visitaría usted El apotecario del cóndor “para conocer sobre la cultura muisca, este ubicada en el centro de la ciudad de Bogotá?

Si ____

No ____

16. ¿Le parecería importante conocer acerca de los distintos aportes de la comunidad muisca del oriente a la sociedad?

Si ____

No

Apéndice B. Registro Fotográfico











