

**Ruta turística en la Candelaria como experiencia cultural que permita conocer la tradición gastronómica cundiboyacense**

María Camila Claros Ortiz

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C

2020

**Ruta turística en la Candelaria como experiencia cultural que permita conocer la tradición gastronómica cundiboyacense**

María Camila Claros Ortiz

Director

Alvelayis Nieto

Trabajo de grado para optar por el título en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C

2020

## **Dedicatoria**

Este trabajo fue realizado con mucho esfuerzo y es dedicado a las personas más cercanas y que durante toda mi carrera me extendieron la mano y me ayudaron a superar cada obstáculo, me dieron ánimo para poder llegar a este punto, pero principalmente es dedicado a ser más importante que me permitió amar lo que hago y es Dios, sin él nada de esto sería posible. A mis padres Inés Ortiz y Pedro Duarte, mis hermanos José Rueda, Mariana Duarte, Natalia Claros, mi sobrina Juana Sofía Coronado, seres queridos cercanos, amigos, gracias a ellos pude lograr lo que más anhelaba.

## **Agradecimientos**

Agradezco a todas las personas que aportaron un granito de arena y a las personas más cercanas, que durante toda mi carrera me extendieron la mano, me ayudaron a superar cada obstáculo, pero principalmente agradezco al ser más importante que me permitió vivir cada paso y cada logro con la mayor satisfacción y es Dios, porque ha logrado llenar en mi vida personal de felicidad y sentí su presencia en cada paso que realicé dentro y fuera de la universidad.

Agradezco de igual forma a todos los docentes que aportaron un grano de arena con sus conocimientos y consejos, que me formaron con valores profesionales, para saber ejercer mi profesión.

Yo principalmente agradezco a mis padres Inés Ortiz y Pedro Duarte me han inculcado lo primordial para ser una persona con principios humanos, sociales y religiosos, dignos para una profesional, su fiel apoyo en cada ámbito en mi vida personal y profesional. A mi hermano José Ariel Rueda por sus sabios consejos, persistencia, paciencia fueron claves para poder levantarme y seguir luchando por esta meta y sueño; a mi hermana Natalia Claros, por ser mi ejemplo de vida enseñarme las cosas básicas de la universidad y poder sobrepasar cualquier obstáculo de la vida con una hermosa sonrisa, mi hermana menor y sobrina Mariana Duarte y Juana Coronado gracias ustedes me motivan a ser mejor cada día y sea un ejemplo de vida para cada una de ustedes, enseñarles un buen legado personal y profesional; Los amo a todos.

## **Resumen**

Ruta turística en la Candelaria como experiencia cultural que permita conocer la tradición gastronómica Cundiboyacense, es una forma que se puede implementar para el posicionamiento del sector para la gastronomía, además de que la idea principal es hacer conocer de una forma dinámica y creativa la cocina cundiboyacense, así como también tener un rescate cultural y de la tradición de la gastronomía de la región, ya que en esta localidad solo se producen los platos típicos de otras ciudades.

El sector de la Candelaria es un lugar en el que no se evidencia una ruta gastronómica, en donde el turista pueda tener una interacción didáctica y de experiencia, adicional de que en muchos restaurantes populares no se da los platos típicos Cundiboyacenses solo los más conocidos del país, los operadores turístico se concentran en prestar una serie de actividades comunes, que le turista más frecuente, pero no se dan cuenta de que las exigencias del viajero son cada vez más complicadas y diferentes, donde la experiencia dentro de su viaje juega un papel muy importante.

El objetivo es realizar una propuesta turística experiencial en la Candelaria, que permita conocer la tradición gastronómica Cundiboyacense, la metodología de este trabajo es mixto ya que para poder tener la información completa para llegar a ver si la investigación es pertinente se necesita los datos cuantitativos y cualitativos utilizando diferentes instrumentos de investigación como lo es la encuesta que nos arroja datos reales y actuales del turista respecto a su perspectiva de la cocina tradicional.

Esta propuesta de turismo es innovadora, ya que se tiene en cuenta las nuevas exigencias del viajero, la característica principal es poder ofrecer al turista una nueva forma de conocer la tradición colombiana, por así decirlo, no solo será beneficiado el cliente si no también el establecimiento tradicional, que hacen lo posible prevalecer las recetas de esos platos que son característicos de la cultura Cundiboyacense.

*Palabras clave:* recorrido, gastronomía, turismo, experiencia, creativo

## Tabla de contenidos

Introducción.....	8
1. Planteamiento del problema .....	11
1.1. Formulación de la pregunta de investigación: .....	13
2. Justificación .....	14
3. Objetivos.....	16
3.1. Objetivo general: .....	16
3.2. Específicos: .....	16
4. Marcos de referencia .....	17
4.1. Marco teórico: .....	17
4.1.1. Turismo gastronómico. ....	17
4.1.2. Turismo creativo solicitamos de manera respetuosa aplicar la plantilla adjunta en donde se definieron los principales aspectos de las normas APA.....	20
4.1.3. Turismo cultural .....	21
4.1.4. La gastronomía en un contexto cultural.....	22
5. Marco Geográfico .....	27
6. Marco conceptual.....	30
7. Marco legal .....	34
8. Metodología.....	37
8.1. Población y muestra.....	39
9. Capítulo I.....	43
10. Establecimientos que ofertan gastronomía tradicional cundiboyacense en el centro histórico de la Candelaria. ....	43
10.1. Planificación de destinos turísticos: .....	43
10.1.1. Modelos de planificación turística.....	43
10.2. Inventarios turísticos.....	46
10.2.1. Recursos culturales .....	46
10.3. Inventario turístico gastronómico.....	47
Caracterización de platos típicos cundiboyacenses .....	54

10.4. Análisis de la caracterización.....	58
11. Capítulo II.....	60
12. Perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la Candelaria. ....	60
12.1. Motivos del porque el turista está en la Candelaria.....	60
12.2. Perfil del turista .....	67
13. Capítulo III.....	69
14. Diseñar una ruta turística gastronómica en el Centro histórico de la Candelaria .....	70
14.1. Zonas representativas.....	70
14.2. Establecimientos gastronómicos .....	73
Diseño de la ruta gastronómica.....	74
14.3. Itinerario.....	75
14.4. Recomendaciones .....	76
14.5. Presupuesto General .....	77
14.6. Medios de divulgación.....	78
15. Conclusiones .....	80
16. Recomendaciones.....	81
17. Referencias .....	82

## Introducción

La Candelaria es un sector muy turístico ya que se considera como un lugar histórico del país de Colombia, una de sus características es que, dentro de este lugar, se concentra gran parte de los museos, establecimientos, donde rige la autoridad y además son sitios en donde históricamente tuvieron lugar momentos que cambiaron el rumbo de los habitantes.

Con el desarrollo de diferentes actividades de investigación, se refleja que la zona tiene muchas ofertas de rutas gastronómicas para los viajeros, pero todas son las mismas, solo varía es el tipo de agencia o los precios, ninguna se concentra en ofrecer al viajero una experiencia única en donde pueda participar activamente, por lo que reta cada nueva propuesta que es creada y que tenga la misma dinámica gastronómica, por eso es importante tener un punto diferenciador que haga que el turista le llame la atención la propuesta

Ahora con la aplicación de instrumentos, como el trabajo de campo, se busca diseñar un recorrido gastronómico, de la mano de las instituciones y el gremio de restaurantes de la localidad de la Candelaria, tomando como referente la experiencia y trayectoria que cada uno de estos lugares tiene, además de esto, la experiencia que desea el viajero, recordemos que al pasar los años el sector se vuelve un poco más exigente es decir que las cosas que se practicaban antes ya no se utilizan ahora por eso es importante actualizar las preferencias del viajero

Para esto se plantean tres objetivos de investigación como lo son, el identificar los establecimientos que ofertan gastronomía tradicional cundiboyacense en el centro histórico de la Candelaria, esto con el fin de poder tener un lugar en donde el viajero pueda disfrutar el ambiente colonial que caracteriza el sector, así el viajero durante su estadía y mediante el consumo pueda descubrir la tradición cundiboyacense.

Caracterizar el perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la candelaria, el viajero que consume esta ruta gastronómica no tiene límite de edad, es decir que toda la familia desde el más joven al mayor puede participar, para que la experiencia sea mucho mejor; es que sea la primera vez que participe en un evento gastronómico, sus intereses son la historia y la cultura del lugar que está visitando, además que tengas mucha ansiedad en consumir un plato nacional, que haya consumido en un restaurante en sector, no frecuente mucho este tipo de eventos y tenga una disposición de pagar por la ruta gastronómica experiencial.



Por último, diseñar una ruta turística gastronómica en el centro histórico de la Candelaria, teniendo presente las características anteriores se procede a diseñar la propuesta de una ruta gastronómica, se tiene en cuenta los establecimientos gastronómicos seleccionados para la actividad, La Puerta Falsa, Mercado La Concordia, Hotel Opera, Restaurante La Prudencia, Casa La Vieja, Al Son De Los Grillos Y Fulanitos Centro, Estos Tienen Ambientes Muy Familiares, Colonial, Además De Tradicionales.

La ruta inicia en el restaurante La Puerta Falsa, en donde el viajero puede probar un desayuno santafereño, seguido a este lugar, se camina hasta llegar al Hotel Opera donde podrá degustar de unas onces al gusto del viajero, después se procede al Restaurante Fulanitos Del Centro, pero con anticipación se da una breve historia del lugar y su alrededor.

Seguido se camina un poco con destino al Restaurante Prudencia, después de una corta actividad se consume el almuerzo típico por eso se le muestra al viajero las opciones que puede elegir, después de tomar un largo tiempo y dejar que el viajero pueda tener un tiempo de reposo y de esparcimiento, se continua el recorrido con destino al Mercado La Concordia, allí la idea es que el viajero tenga contacto con el agricultor nacional, pueda observar la plaza tradicional de mercado que tiene la ciudad, donde se encontrara una variedad de alimentos y además pueda apreciar los platos más tradicionales que tiene la región.

Se termina el recorrido en el restaurante Casa La Vieja donde se puede consumir un refrigerio a la vez que recibe una charla de historias que el guía turístico pueda contar sobre el lugar.

Dentro del trabajo los temas que se toca a partir de varias teorías de varios autores, son por ejemplo, la gastronomía, la relación de la gastronomía con el turista, el turismo cultural y turismo creativo, el turista gastronómico, la gastronomía como experiencia turística, la ruta gastronómica, la gastronomía como contexto cultural, como patrimonio inmaterial, como cultura, la gastronomía como una identidad de un pueblo, estas categorías hacen que se abra más el concepto y los posibles sectores que tiene la gastronomía y así orientarlo a la investigación.

La investigación tiene como metodología mixta, es decir que se va a tocar datos cualitativos y cuantitativos, así se puede recolectar la información más completa sobre los viajeros y la percepción que tiene del lugar, además con los datos recogidos de analiza para poder orientar la ruta gastronómica a la meta que se desea llegar.

Además, el tipo de investigación es descriptiva ya que se va a narrar y contar sobre lugares turísticos que son objeto de estudio, para el diseño de un buen producto turístico, utilizando como instrumentos de investigación la encuesta, la fotografía, y la observación, para poder tener la información suficiente, de esta forma se utiliza todos estos instrumentos y así la información es mucho más completa.

De acuerdo con lo anterior, en el primer capítulo se va a evaluar la oferta gastronómica que tiene los restaurantes que pueden ser parte de la ruta turística en el centro histórico de Bogotá, estos establecimientos deben cumplir con las normas mínimas que se exigen para la prestación de servicios turísticos y gastronómicos, así como también, con la posibilidad de incorporar la tradición como punto diferenciador, con esto se concluye que los establecimientos son: La Puerta Falsa, Mercado La Concordia, Hotel Opera, Restaurante La Prudencia, Casa La Vieja, Al Son De Los Grillos Y Fulanitos Centro.

En el segundo capítulo se define el perfil del turista interesado en el recorrido por el centro histórico de la ciudad de Bogotá, la idea es segmentar el tipo de viajero que puede hacer parte de esta propuesta, definiendo tipo de edad, nivel social, nivel económico, interés social, gasto que realiza cuando visita un destino turístico, entre otra información que permitirá identificar el dicho de mercado y como llegar de forma más efectiva a ellos.

En la tercera parte se empleará la información obtenida durante el desarrollo de las actividades, resultados que se recopilaron durante el trabajo de campo, encuestas, entrevistas, investigación para poder desarrollar el diseño de la ruta, se limita la cantidad de establecimientos gastronómicos que puedan ser parte del encuentro, adicional se va añadir la fotografía como factor innovador, para eso se debe tener en cuenta el establecimiento, esto debido a que debe ser colonial, agradable a la vista, que sea un buen “paisaje” para tomar una imagen y que el viajero pueda tenerlo como una recordación.

Este tipo de recorrido gastronómico, ayuda a generar más economía en el sector, es decir, en los restaurantes que participan durante la actividad van aumentar sus ventas, ingresos, ayuda al marketing, además las demás instituciones que hacen parte del centro histórico, como lo son museos, iglesias, establecimientos de venta de licores o bebidas, comerciantes de artesanías, adicional los viajeros pueden tener una experiencia completa, ya que conocerán de primera mano la tradición gastronómica del país.

## 1. Planteamiento del problema

La oferta cultural del centro histórico de la Candelaria, no contempla una ruta gastronómica experiencial que a partir de la fotografía permita el conocimiento del conjunto de técnicas, saberes y conocimientos asociados a la elaboración de platos típicos del altiplano cundiboyacense.

Algunos de los síntomas que se manifiestan son: ausencia de una ruta gastronómica en donde el viajero pueda experimentar el rescate de las tradiciones culinarias del altiplano cundiboyacense, eso quiere decir que no existen rutas gastronómicas que le puedan ofrecer al viajero una mirada más profunda a la cultura y tradiciones que se tiene el país de una forma más cercana, solo una parte superficial y rápida de demostrarle lo que es la cocina típica, los turistas no encuentran una oferta de turismo creativo en torno a la gastronomía que les permita la participación y la interacción desde la concepción de un turismo experiencial, la cocina típica del país está llena de muchas técnicas culinarias que el turista se encuentra interesado al momento de participar, es importante poder hacer conocer toda estos hábitos que tiene la gastronomía típica y hacerle participe al viajero al momento de tener el recorrido.

De igual manera, los establecimientos gastronómicos que ofertan este tipo de servicios pierden la oportunidad de generar ingresos con turistas dispuestos a pagar por vivir experiencias de estas características, es decir, que los establecimientos que son más populares son los que generan mayores ingresos, en comparación a los que son tradicionales, eso le genera una desventaja a estas cocinas ya que las grandes empresas solo buscan lucrarse de forma de ofrecer todo plato, pero no el original, el plato típico con las recetas tradicionales, es importante que el turista conozca estos establecimientos desconocidos, que pueden ofrecer al viajero la realidad se los sabores que tiene la cocina Cundiboyacense.

Los operadores turísticos no ofertan en sus servicios, este tipo de experiencias gastronómicas, esto es debido a que solo están rodeados de las mismas rutas gastronómicas y ven la buena acogida que le da el viajero, por eso estos operadores no ven en la forma de incrementar la demanda turística, una nueva opción de hacer turismo un poco más vivencial o que tenga las mismas características mencionadas, donde la idea es que el turista pueda integrarse de manera creativa y dinámica a las tradiciones, por medio de la cocina Cundiboyacense.

Algunas causas que se pueden mencionar, son por ejemplo, la falta de compromiso de los entes turísticos que no incentivan este tipo de ruta gastronómica, muchas autoridades solo les interesa

poder vender el lugar turístico de la manera más segura, es decir, que lo más seguro es hacer la típica ruta gastronómica, pero es importante entender que al pasar el tiempo esos intereses van cambiando a la medida que el turista experimenta más viajes, quiere conocer nuevas cosas que lo hagan recordar y sobresalir todos sus sentidos, además el turismo que le haga resaltar su creatividad y sus experiencias es más pedido por muchos de los viajeros en la actualidad.

Adicional, la falta de información turística para el viajero donde este pueda tener más acceso a saberes de la cultura gastronómica del lugar, en donde pueda vivir experiencias de estas características; estamos estancados en que el turismo solo es sol y playa o en este caso solo es Monserrate y Plaza de Bolívar, visitar algunos museos y ya, pero el lado que más resalta la cocina Colombiana no le dan mucha relevancia, es importante ofrecerle al turista el otro lado que tiene la tradición y es la gastronomía, esta es una forma de resaltar las recetas que han pasado por generaciones y que es una representación muy especial de combinar diferentes ingredientes, además lo artesanal que puede llegar a ser, que todo esto le genera interés al turista.

Falta de organización de los establecimientos gastronómicos de la localidad para articularse y ofertar experiencias gastronómicas alternativas, a lo mejor si ellos vieran o si tuvieran sentido de pertenencia en lo que ofrecen tuvieran más acogida en el turista, ya que la gastronomía Cundiboyacense es una combinación de sabores e ingredientes que lo hacen especial, si estos establecimientos tuvieran un poco de iniciativa para organizar una ruta de estas características, el lugar no tuviera este tipo de problemas.

Algunas consecuencias que se pueden generar si no se interviene este problema serian, que la oferta típica gastronómica en la Candelaria no sea conocida para los turistas tanto extranjeros como nacionales, este lugar es muy reconocido por la historia que tiene, por eso es el centro de atención de todos los turistas, pero la experiencia gastronómica ha pasado a un segundo plano, cuando debe ser parte de todo lo que conlleva los mismos eventos históricos, ya que desde los inicios de la ciudad fue el punto de encuentro de muchos personajes y en donde empezó toda la historia, eso quiere decir que en ese punto se dio a conocer muchas recetas gastronómicas, no solo tuvo momentos claves históricos, si no también gastronómicos ya que se puede considerar que fue la plaza de mercado, por lo tanto, allí nacieron muchos platos típicos Cundiboyacenses.

Además será beneficiada la demanda gastronómica más popular y no la típica que ofrece la cocina nacional, para nadie es un secreto que los platos tradicionales no son bien conocidos, solo los que se han realizado una buena gestión de publicidad, pero en la cocina Cundiboyacense, hay

más preparaciones típicas que también son representativos, por eso es importante no solo resaltar los preparaciones de diferentes regiones si no engrandecer los que son de la región, de esta forma el viajero conocerá la gran variedad de recetas.

Los turistas que tienen intereses gastronómicos, no conocerán la cultura culinaria que tiene la zona histórica de Bogotá, como se ha indicado anteriormente, las preparaciones que son más conocidas son de diferentes regiones colombianas, que es muy popular encontrar en la zona, pero también puede encontrar diferentes preparaciones que deben ser más reconocidas y resaltados ya que se crearon y pertenecen a la región mencionada, como bien sabemos la cocina Cundiboyacense tiene gran variedad de platos que se pueden ofrecer al viajero y de esta forma conocer de manera creativa sabores diferentes e innovadores.

Así mismo, los viajeros se pierden la posibilidad de conocer las técnicas y sabores que tiene las recetas culinarias que se han construido por generaciones, las recetas de los platos tradicionales se han construido generación tras generación, es decir, tienen un gran valor histórico por lo que conllevan, es importante hacer conocer al viajero de manera creativa y participativa estas recetas para que pueda entender y aprender las técnicas y combinación de ingredientes que tienen esta cocina Cundiboyacense.

### **1.1. Formulación de la pregunta de investigación**

¿Cómo una ruta turística en la Candelaria puede generar una experiencia cultural que permita conocer la tradición gastronómica cundiboyacense?

## 2. Justificación

La localidad de la Candelaria es un lugar que es atractivo por todos los eventos históricos que tuvieron lugar allí, es el centro de atención para todos los turistas que pueden estar un poco más cerca de la historia. Es evidente que el centro histórico de la Candelaria en términos históricos y culturales tiene mucho por mostrar, pero respecto a su gastronomía ha sido un tema poco relevante, por lo tanto, los operadores turísticos han generado unas rutas turísticas que no le dan oportunidad de conocer las verdaderas tradiciones de la cocina y no le han dado la oportunidad de experimentar una nueva experiencia más cercana a la cocina Cundiboyacense.

Esto genera que los establecimientos más populares puedan generar ingresos debido a que solo ofertan platos populares que no son de la región, solo los más representativos, adicional de que los turistas se llevan una idea vaga de lo que son las tradiciones culinarias, hay muchas recetas que son importantes y que representan la identidad tradicional, por eso es importante no solo resaltar esos platos típicos si no los establecimientos tradicionales que ofrecen los platos que son originados en la región.

Este trabajo se justifica en la necesidad de posicionar este tipo de turismo, en donde el viajero pueda tener una experiencia más cercana a las tradiciones gastronómicas Cundiboyacenses, para fortalecerla identidad tradicional, cultural y gastronómica de la región y sobre todo, de la localidad por medio de la experiencia y la creatividad como fortaleza de innovación, de esta forma generar un sentido de pertenencia primero en los residentes y los establecimientos gastronómicos que ofrecen estas actividades culinarias, además posicionar la localidad como un lugar gastronómica tradicional a nivel mundial.

Después de posicionar estas características se beneficiarían primero los prestadores de servicios turísticos, porque al adoptar esta ruta gastronómica en sus ofertas, su demanda crecerá y tendrán mucha más popularidad, dándole la acogida a muchos viajeros; segundo los establecimientos gastronómicos ya que tendrían una gran demanda de platos tradicionales y su lugar de trabajo será obligado a expandirse para poder recibir a los viajeros que serán participes, las recetas culinarias típicas será conocidas y serán valoradas por los viajeros y visitantes, por último se beneficiarían los turistas o visitantes ya que tendrán una nueva forma de hacer turismo y se acercarán de una forma muy creativa a las tradiciones cundiboyacenses y se enriquecerá sus conocimientos, se beneficiarían las personas que trabajan en la informalidad dentro de la localidad ya que podrán

tener la oportunidad de ofrecer sus productos artesanales y que los visitantes y viajeros podrán consumir y/o comprar.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Realizar una propuesta turística experiencial en la Candelaria que permita conocer la tradición gastronómica Cundiboyacense.

#### **3.2. Específicos**

1. Identificar los establecimientos que ofertan gastronomía tradicional Cundiboyacense en el centro histórico de la Candelaria.
2. Caracterizar el perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la candelaria.
3. Diseñar una ruta turística gastronómica en el Centro histórico de la Candelaria.



## 4. Marcos de referencia

### 4.1. Marco teórico

#### 4.1.1. Turismo gastronómico.

##### 4.1.1.1. *Relación turismo y gastronomía.*

El turismo es una actividad que se trata de cambiar el lugar de visitar y que sea uno diferente al que se está habitualmente familiarizado, lo cual genera una nueva forma de tener ingresos para las personas locales del lugar turístico y de conocimientos para el viajero.

Se puede definir una idea de lo que es el turismo respecto a diferentes conceptos de varias posiciones, pero lo importante de todo es que lleguen a un solo concepto y es que el turismo es cuando una persona sale de su zona habitual para descansar o practicar ocio en el lugar que está visitando y que puede ser por interés vacacionales o de negocios.

Ahora qué relación tiene con el turismo, pero antes de tener una relación se debe saber que es la gastronomía se puede decir, que la gastronomía es una forma de demostrar la cultura que tiene el lugar que está visitando el viajero, como bien se sabe, la gastronomía últimamente ha tenido una buena acogida y es otra forma de hacer turismo.

Al pasar el tiempo las exigencias culinarias de los viajeros son más imponentes, ya que ellos se prestan atención a la agricultura, industria alimentaria, sobre todo a lo sanitario del lugar o la seguridad de algunos alimentos. La comida rápida, preparada o lidera es uno de los factores que más tiene cambios, a medida del cambio habitual de la vida del viajero, por eso son más apreciados las recetas típicas, los platos que son identificados culturalmente o de valor histórico del lugar.

Como se indica anteriormente el turismo es un fenómeno social en donde la persona visita un lugar diferente al habitual, en donde es movido por diferentes motivos entre los cuales están, la cultura, la historia, o también puede ser ocio, conjuntamente los intereses pueden ser también la gastronomía, pero a diferencia de otros viajeros este tiene unos intereses como lo es degustar la comida típica del lugar en que se visita.

Lo anterior se relaciona el turismo y la gastronomía ya que el turismo es la acción de viajar y conocer otro lugar que no sea el habitual del viajero y la gastronomía es el motivo del viaje, es la motivación que hace que el turista se traslade al lugar que desea visitar.

##### 4.1.1.2. *Turista o viajero gastronómico.*

Como se ha indicado anteriormente el turista es la persona que viaja a un lugar diferente al habitual con intereses diferentes, ahora es común encontrar a viajeros que tienen intereses un poco

curiosos, en este caso la gastronomía, este tipo de turismo tiene un buen auge e importancia en la actualidad por eso los establecimientos y los entes autoritarios del turismo en el que se preocupan en mejorar su oferta gastronómica nacional para de esta forma posicionar la cocina como la identidad del lugar y así tener más visitantes.

Es importante diferenciar entre el turista que viaja a alimentarse ya que se encuentra en un lugar diferente al que está acostumbrado, al que busca un lugar para fines gastronómicos, la visita con fines gastronómicos son los que se basan en eventos gastronómicos como los productores primarios o secundarios de alimentos, búsqueda de establecimientos gastronómicos o donde se degusta generalmente comida y que estas experiencias sea lo que rodea la visita del viajero, Mitchell y Hall (2003).

Después de la segunda edición de la OMT (2017) en donde se comenta sobre la gastronomía, que el tema central son las setenta nuevas prácticas, en diferentes países que tiene estacionalidad, formación e innovación, las iniciativas que tienen respecto a la tecnología de la información y la comunicación e itinerarios, este artículo resalta que la motivación del turista, la experiencia gastronómica ahora es tan importante como la visita a lugares históricas como lo son museos, admirar la arte que tiene ciertos lugares, las estructuras de los paisajes o escuchar música, en este punto es indicado decir que la gastronomía es una buena opción para complementar el turismo del lugar en donde se pueda mejorar su potencial para las mejoras del mismo, por medio de la cocina se puede promover culturas, tradiciones.

“Este se refiere a aquellas personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de la cocina internacional. Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual los países se están preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que pueda incentivar a las personas del buen comer”, Tabares (1986).

#### ✓ La gastronomía como experiencia turística

Según Kivela y Crotts (2006) “Los consumidores interesados en los alimentos normalmente se interesan en aspectos multidisciplinares, relacionados con la cocina típica y la gastronomía, subrayando la curiosidad cultural del turista gastronómico”.

La gastronomía, frente a otros posibles productos turísticos local, conserva la delantera de poder contar con un producto tangible, sensorial y capaz de transmitir el patrimonio cultural inmaterial escondido detrás de los hábitos de la cocina tradicional.

El turismo gastronómico es otra forma de generar ingresos, ya que impulsa otros sectores económicos creando trabajo directo o indirecto, que son originados por la producción de materias

primas que son destinados a la obtención de bienes que generan utilidades, además promueven tradiciones, culturas lugares turísticos de un país. Sectur (2016).

Gracias a este sector se ha evidenciado nuevas ideas innovadores y empresas que emprenden dentro de la gastronomía, pero de esta forma ha creado una competencia entre el lugar, dejando evidencia de los más fuertes y los tradicionales.

Durante los últimos años este tipo de turismo empezó a surgir por la búsqueda de establecimientos o de lugares públicos en donde se pueda comer bien, debido a esto empezó a surgir el turismo gastronómico que crece y toma mucho más poder con el pasar del tiempo alrededor del mundo. Se empieza a ver muchas más personas que viajan para degustar, probar, experimentar nuevos sabores, ya sea en eventos o en ferias gastronómicas, Saramago (2002).

#### ✓ Rutas gastronómicas

Debido a que la alimentación hace parte de la cotidianidad de un ser humano, sin tener presente las creencias, tradición, país u origen, afirma que “la comida está indiscutiblemente asociada al turismo, ya sea como forma de alimentarse fuera del lugar de residencia habitual, como por el simple hecho de visitar un sitio por la comida que ofrece”.Schlüter (2006) Esta teoría hace que se tome más fuerza el tema de que la gastronomía hace parte fundamental del turismo que por más que el viajero visite el lugar tiene la expectativa de consumir un alimento tradicional del lugar a visitar.

En cualquier viaje la gastronomía es muy importante dado que el turista está obligado a trasladarse, tener un tiempo de ocio, recreación y estará expuesto en cualquier ámbito a los alimentos. En el turismo gastronómico se tiene en cuenta a todo ese grupo de personas que durante su viaje realizan actividades relacionadas al patrimonio gastronómico en un entorno diferente con el fin de consumir productos, alimentos, servicios; además de esto disfrutarlos y adquirirlos como una experiencia, Schlüter (2006).

Ruta turística gastronómica: Según Barrera (1999), una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, a su vez las Rutas Gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. Una ruta debe ofrecer al turista un itinerario de actividades que le den placer con elementos distintivos de su interés como la comida, producción agroindustrial, actividades rurales.

Ruta temática e interpretativa: esta de diferencia en que conectan puntos relacionados, ya sea histórico, social o artístico, estas rutas tienen señalización y por lo general se realizan a pie. Es recomendable que en esta ruta se relacione un tema de forma que los usuarios saquen un buen provecho de la actividad.

Según Morales (2000), el diseño de la ruta, dependerá en parte del inventario de recursos naturales y culturales existentes en la zona, además del tema o producto que se integrará en la ruta. Debe basarse además en el tipo de público al cual se desea llegar, ya que esta acercará a los visitantes a un entorno rural donde serán partícipes de situaciones curiosas y eventos espectaculares ajenos a su cotidianidad, protegiendo lugares donde el tránsito de los visitantes podría causar erosión o dañar especies protegidas en peligro de extinción. Las etapas son las siguientes:

Tabla 1

*Etapas del diseño de rutas*

<p>ETAPA 1 “Determinación de objetivos”</p>	<p>Los objetivos se determinan en función a: Determinación temática: Puede ser general o específica. Entregar orientaciones para delimitar el área geográfica, los centros de base y atractivos del recorrido de la ruta. Definición de estructura: Se debe indicar la duración estimada, la zona a recorrer, actividades a desarrollar, tipo y nivel de servicios de alojamiento, alimentación y transporte requerido, servicios complementarios, excursiones y tiempo disponible y grupos de pasajeros.</p>
<p>ETAPA 2 “Diagramación”</p>	<p>Relevamiento de área: Anunciamento del circuito, conocimiento histórico, cultural y geográfico del área de estudio. Determinación de atractivos a incluir de acuerdo con la distancia desde el centro base más cercano y atractivos previamente seleccionados considerando la accesibilidad</p>
<p>ETAPA 3 “Diseño de la Ruta”</p>	<p>Estructuración del itinerario: Bosquejo de la Ruta; define tiempos en Ruta, tiempos de visita, tiempo libre, paradas. Atractivos propios de la Ruta. Redacción del itinerario: traspaso a papel de los antecedentes recopilados previamente</p>

Nota: Szmulewicz (2003)

#### **4.1.2. Turismo creativo.**

El turismo creativo conste de varias secciones para su creación y es una preparación en donde se evalúa todo lo que debe contener la experiencia del viajero, una planeación integral, todas las actividades que se va a realizar debe tener el auge que se desea, además que ciclo de vida va a tener el plan que se desea construir, antes de conocer más sobre el tema se tiene como deber de que se está hablando y es que se puede definir como turismo creativo, el turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias características del lugar, Raymond (2009).

Este tipo de turismo solo busca poder tener una participación más cercana del turista en donde puede experimentar unas nuevas emociones, como bien sabemos los intereses de los viajeros se vuelven más difíciles de complacer ya que hay muchos lugares que practican diferentes conceptos de hacer turismo, por eso es importante implementar este tipo de turismo ya que le da espacio a todas las experiencias que pide el turista.

A lo anterior se puede agregar que actualmente se tiene la necesidad de buscar nuevas formas de generar turismo y darle una vuelta al turismo cultural, en este punto se puede hablar del turismo creativo, este tipo de turismo aporta la actividad que hace el turista, es decir que hace parte de algo por ejemplo crea algo, hace algo, que le aporta una mayor satisfacción.

A pesar de que este tipo de turismo se empieza a tocar a finales de los años 90 se puede indicar que tiene antecedentes como lo es el turismo cultural que es una puerta a este nuevo concepto, en donde el viajero convive, aprende y disfruta haciendo una labor, como lo puede hacer en el turismo rural.

Entonces este turismo es una reorganización de los servicios turísticos hacia la creación, diversión, en donde el turista se ve involucrado en un papel activo, se busca en este caso contemplar la participación activa del viajero, en donde la experiencia tiene una conexión con las emociones.

#### **4.1.3. Turismo cultural.**

Después de la Segunda Guerra Mundial para que apareciera el turismo como “fenómeno de masas”, como resultado de una serie de agentes que facilitaron su crecimiento como lo son: vacaciones pagadas, mejoras en los transportes, vías de acceso, por lo tanto, cuando se dirige al perfeccionamiento del Turismo Cultural de los años 80, se está hablando de un turismo cultural “popularizado”.

Gracias a la OMT se pueden agrupar una serie de actividades que puede ser una vista general de conjuntos monumentales, museos, manifestaciones culturales, teatros, eventos culturales, seminarios y demás series.

En la actualidad este turismo se ha globalizado como lo indica Richard, no hay nada más que recordar cómo son de frecuentes las visitas de los lugares históricos y que son manejados de la misma forma, realizando las mismas actividades, sin buscar más actividades (Richard 2009), esto son visitas globalizadas que de alguna forma degradan la calidad de la visita y de la experiencia.

Los turistas de lo cultural ya no se sienten identificados de la famosa “McCulturización” que es una forma de referirse a este turismo que daña el turismo experiencial y el turista no tiene una experiencia real, ya que el turista es cada vez más experimentado, conoce más las ofertas que le brinda el turismo cultural, siendo cada vez menos interesantes.

El turismo cultural ha tenido, un crecimiento considerable ya que los intereses del viajero cada día son diferentes, de igual forma las leyes y decretos que han conservado estos intereses se han aumentado para que los viajeros puedan tener acceso mucho más fácil y mejor, por ejemplo la ley del 9 de agosto de 1926 en donde se hace real la conservación y protección de la riqueza artística y patrimonio cultural, otro es la ley del Orden del 28 de noviembre de (1929) en donde se dicta que los museos al ser visitados deben ser gratuitos y monumentos artísticos culturales por parte de la Asociación de Pintores y Escritores.

Desde que la cultura ha sido el centro de atención del viajero, el estado se ha concentrado en crear diferentes leyes y decretos para la protección y conservación de todos los establecimientos que tienen como fin demostrar la cultura del país y de la ciudad.

Como bien se sabe que a finales de los años ochenta los intereses del viajero se han concentrado en el patrimonio cultural que eso conlleva como lo son los museos, conjuntos históricos, sitios históricos, calles, paisajes, gastronomía y demás factores; este tipo de turismo es una auténtica forma de conocer, pero es también un complemento de los destinos ya desarrollados.

La demanda crece de forma en que los turistas tengan intereses más particulares y sean mucho más exigente de complacer, a medida que esto crece y que la experiencia del viajero sea agradable va a generar muchas visitas por parte de muchos viajeros, también se puede considerar los eventos como opera, teatros, eventos deportivos y musicales como parte de la cultura del lugar, como intereses principales de la motivación del viajero a visitar el lugar de interés.

#### **4.1.4. La gastronomía en un contexto cultural.**

##### ***4.1.4.1. Como patrimonio inmaterial.***

Este concepto ha sido reciente ya que con la creación de la UNESCO que su fin es salvaguardar los elementos no tangibles, pero que representan una tradición cultural del lugar turístico, como se ha indicado anteriormente este tema se ha creado con la finalidad de poder conservar por mucho tiempo las costumbres, tradiciones, música, gastronomía que tiene el lugar.

La cocina de todo el mundo tiene un conjunto de sabores que resaltan el paladar de todo un país o ciudad, por eso la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en su conferencia en el 2003

Donde toca como tema principal el patrimonio cultural inmaterial, nos indica sobre la protección de las tradiciones e identidad de la cocina de algunos países, que entro el rigor en el año 2006 que se abrió esa nueva fase de protección de la humanidad Unesco (2003).

Esto da el poder de declarar la cocina como un factor de cuidar y de mantener viva, pero para poder declararse de esta forma debe cumplir con unas características y son la tradición y la identidad del plato para considerarse patrimonio.

Algunas autoridades promueven a la UNESCO varias solicitudes para poder salvaguardar las recetas o tradiciones culinarias de la gastronomía colombiana, para tener identidad gastronómica en el país.

#### ***4.1.4.2. Como cultura.***

La gastronomía tiene una relación muy estrecha con la cultura ya que en este se identifica las tradiciones culturales y las personalidades del lugar, la cocina tiene una estrecha relación entre la vida rural y la prestación de servicios, así la gastronomía es un desarrollo local y desarrollo turístico.

La gastronomía se convierte en el principal centro de atracción del destino que a su alrededor se desarrollan campañas de comercialización y de promoción de este, consecuente traducción en una propuesta turística.

“la gastronomía se está convirtiendo en un factor importante en el desarrollo de un turismo de nicho y de destinos especializados en este tipo de recurso” Crotts (2006) “Los estudios demuestran que la cuota de gasto que los turistas dedican a la comida equivale a un tercio de su gasto total, lo cual le identifica como segmento turístico extremadamente atractivo para los destinos” Fox, (2007).

“La cultura culinaria representa una importante fuente de identidad en la sociedad postmoderna” Richards (2002) de manera que se está defendiendo de la creciente homologación de la globalización moderna denominada MacDonalizacion, Ritzer (1995) pero hay autores que encuentran como positivo la homologación de las culturas debido a la globalización, por el creciente interés de la reserva de la tradición local, hábitos y costumbres, entre los cuales está la cultura gastronómica.

El patrimonio culinario es un elemento de comunicación que de alguna forma se convierte cultural, en donde se manifiestan las tradiciones que son propias de la cultura del lugar, la cocina tiene una relación muy cercana a lo rural y a lo cultural.

✓ Como identidad de un pueblo

Quizá, el aporte más grande de la gastronomía colombiana no se refiere solo al aspecto económico sino al sociocultural, donde se ha convertido en un factor de confirmación de identidad, de revaloración de comidas y sentimientos regionales y de productos agropecuarios nacionales. Más allá de distingos sociales y regionales, crece el orgullo por la comida colombiana. Por ello, son cada vez más los restaurantes y cocineros que se enorgullecen por usar productos y aplicar estilos de la cocina colombiana en cualquiera de sus manifestaciones. Plan estratégico para la construcción del producto gastronómico en Colombia, (2014 – 2018)

“En esta nueva tendencia del mercado turístico, la identidad y la autenticidad de un territorio se posicionan como los principales atractivos para el turista moderno. Este último aspecto impone un cambio en el planteamiento de la oferta turística y en la interpretación y la experimentación de los patrimonios locales que se enriquecen de nuevos contenidos culturales”Bérard (2008).

Los destinos turísticos empiezan a decantarse por la elaboración de sistemas de gestión de los recursos y de los territorios capaces de ofrecer un producto genuino y auténtico Nocifora(2011).

La cocina colombiana es caracterizada por tener gran variedad de ingredientes y que todos juntos hacen que los platos tengan una identidad gastronómica en medio de todos los platos tradicionales del mundo, “La cocina al pasar el tiempo se ha diferenciado por tener varias áreas importantes, como lo es la tradicional, típica o popular, en donde la cocina colombiana juega un papel importante ya que es un Patrimonio Intangible de Colombia, la autora del artículo resalta esta teoría que de algún modo la cocina colombiana pertenece a una historia y resalta unas culturas ancestrales.

“La comida típica es aquella que identifica una región o comunidad y se encuentra instaurada en el imaginario de las personas. Pese a que estas tres categorías no son equivalentes, un plato puede recogerlas a todas: por ejemplo, la bandeja paisa es tradicional porque se ha venido preparando de generación en generación, con la receta de la abuela, es típica porque es la marca de la comida paisa y está en el imaginario de todo el mundo, y es popular porque se encuentra en todas partes y todos pueden consumirla”. Castillo (2014) (p.50)



Después de definir lo anterior de que la cocina tradicional colombiana es una parte fundamental para la identificación de un colombiano, la gastronomía es una alternativa para la promoción de un destino y es competitiva, es decir que cada región y/o ciudad tiene un plato típico que lo resalta y que es capaz de satisfacer además de atraer al turista, dando a la cocina el papel importante que darle al viajero una experiencia única, en donde el turista puede encontrar cultura e historia en un solo plato.

La candelaria por ser el centro de atracción de muchas ofertas turísticas como el arte de comer, hay que conocer que significa este acto; “La gastronomía es un conocimiento, un entendimiento, sobre todo lo que tiene que ver con la comida. Su objetivo es asegurar la supervivencia de la humanidad gracias a una alimentación sabrosa y adecuada.” Brillat-savarin (1755-1826) la gastronomía es un arte que ayuda a resaltar una cultura o una identidad del lugar proveniente del destino, el autor de igual forma resalta la importancia de poder consumir de la alta cocina y los platos más reconocidos.

Hay varios campos como la gastronomía tradicional que es un elemento de identidad de una región o un desarrollo cultural, con el pasar del tiempo la cocina evoluciona de mil maneras, se adiciona la tecnología la química, por ejemplo, lo que ha pasado en los últimos años, la cocina ha tenido más interés en la cocina tradicional, que se ha exaltado la tradicionalidad, la combinación de colores y sabores ha sido siempre el centro de atención para los turistas, por esta razón se ha creado la combinación del turismo y la gastronomía, ya que es un lazo adicional que une el turismo y la gastronomía, se han creado muchas actividades alrededor de esos campos uniéndolos entre sí.

La cocina es una forma de rescatar la tradicionalidad, en el caso de Colombia la cocina es un patrimonio intangible, que necesita ser salvaguardado por las tradiciones, como lo señala un artículo de laSemana (2018)

“También está el Premio Nacional a las Cocinas Tradicionales de Colombia, que convoca a cocineros de la tradición culinaria y sus aprendices en las distintas regiones del país. Todos estos esfuerzos hacen parte de una política estatal que promulga el conocimiento, la salvaguardia, y el fomento de la alimentación y la culinaria autóctonas”

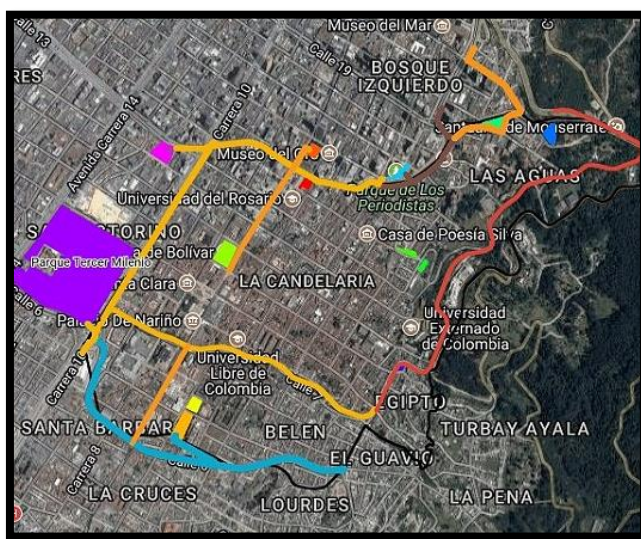
Muchos chefs populares han resaltado la cocina colombiana como una cocina completa y llena de tradición, sabores e ingredientes; como, por ejemplo, el conocido chef KendonMcDonald Smith

que al llegar a Colombia empezó un movimiento para rescatar la cocina tradicional del país, que aún está viva en las plazas de mercado o en vendedores ambulantes en unos comentarios de la iniciación del movimiento de la cocina tradicional, que su fin es preservar la tradición culinaria, se habla "Platos como el pusandao (sopa de pescado) del Pacífico, así como el encocado de Sierra del Caribe, los diferentes tipos de amasijos, el guandul (fríjol pequeño blanco) y la sopa de chorotas (rollitos de maíz) son algunas de las recetas que merecen mantener su tradición", señala Daniel Riberos, director académico de la Escuela de Gastronomía Mariano Moreno.

## 5. Marco geográfico

La candelaria es parte del centro de la ciudad de Bogotá en donde fue el centro de muchos eventos históricos tanto de la ciudad como del país, este sector está en el centro de atracción de los turistas, por esa razón es parte de los factores que se escogió este lugar para el desarrollo de este proyecto.

La candelaria se compone por seis barrios es el principal orgullo y centro turístico de la ciudad de Bogotá, su arquitectura y calles colonial que aún es conservada cuenta más de una historia de nuestros ancestros, esta localidad ofrece una oferta turística cultural, histórica y gastronómica, se encuentra en el oriente de la ciudad, en sus cercanías se encuentran los cerros orientales, Monserrate y el cerro de Guadalupe Turismo, Instituto Distrital de Turismo (2018).



**Figura 1.** Mapa de la localidad de la Candelaria. Google Maps (2020)

Sus límites están determinados: Por el norte: El Eje ambiental, que sigue el antiguo cauce del río San Francisco. Se le conoce asimismo como Avenida Jiménez, y es una de las vías más tradicionales de la ciudad. Por el sur: la calle sexta o avenida los comuneros. Por el occidente: la carrera Décima, trazada en los años 1950. Por el oriente: la Avenida Circunvalar, subiendo la Carrera 4 Este y más al norte incluye todo el barrio Egipto y baja nuevamente hasta conectar con la avenida Jiménez en la estación del teleférico o funicular.

“La emblemática plaza de bolívar se encuentra enmarcada por las más importantes edificaciones civiles y religiosas entre ellas la Casa del 20 de julio donde se iniciará la revolución

independista, la Catedral Primada de Colombia, el Capitolio Nacional, sede del poder legislativo; el Edificio Liévano, sede de la Alcaldía Mayor de Bogotá- todos ellos acervo patrimonial de Colombia-; y el más reciente el Palacio de Justicia.” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 25)

Es la localidad número 17 de la ciudad, con una extensión de 183.89 hectáreas según datos del Departamento de Planeación Distrital. Está ubicada en el sector centro–oriente de Bogotá, su área está destinada para la construcción de equipamientos de nivel urbano y metropolitano, y no cuenta con zonas de tipo rural. La localidad está conformada por los barrios Belén, Las Aguas, Santa Bárbara, La Concordia, Egipto, Centro Administrativo y Catedral. Su población es de 23.615 habitantes permanentes.



**Figura 2.** Chorro de Quevedo. Google (2020)

De acuerdo con el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (2018), en el centro histórico existen un total de 2.364 predios, de los cuales 54 están declarados como Bienes de Interés Cultural del Orden Nacional (antiguos Monumentos Nacionales) y 1.608 son predios de conservación arquitectónica. Reúne los barrios de La Candelaria, Centro Administrativo y La Concordia y parte de los barrios Belén, Egipto, Gavio, Las Aguas y Santa Bárbara. Tiene 123 manzanas y ocupa una extensión de 137 hectáreas.

Este lugar es una zona de patrimonio cultural debido a su estructura y arquitectura colonial, aún se conserva sus casas diseñados en la época, calles empedradas, iglesias con su estructura colonial; por ser un centro histórico hay muchas actividades que se pueden realizar, contiene más de 500

establecimientos, entre museos, grupos artísticos, centro de investigación, teatros, bibliotecas, y universidades, que son de interés para el viajero.

Otros factores que influyeron como lugar del desarrollo, es todos los restaurantes que ofrecen la gastronomía tradicional del país y las temáticas que tiene cada uno de ellos, en donde, se pueda realizar el rescate de la tradición colombiana por medio de la fotografía.

## 6. Marco conceptual

**Turista** El turista se define como cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia. (Ley 1558 de 2012).

**Turismo** El turismo es considerado como un conjunto de actividades que realizan las personas – turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios (Ley 1558 de 2012).

“El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa” Krapf y Walter Huzinker(1942).

Conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones. México (1965)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. OMT (2005-2007)

**El turismo cultural** se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Secretaria de turismo (2015)

“El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de

la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada” Bruselas (1976).

El turismo cultural es la actividad que hace el turista al momento de trasladarse a un lugar fuera de su lugar habitual donde es motivado a conocer, comprender y disfrutar, generando un beneficio socio cultural y económico de la población que esta alrededor del sitio.

**Ruta turística** Según la Organización Mundial Del Turismo (OMT) una ruta turística “es un espacio físico en el que una visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado”.

Según Chan (1996) (sp),

“la Ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una modalidad de los productos turísticos que basado en un itinerario previo facilita la orientación del pasajero en el destino También se define como caminos que se emplazan en zonas de gran valor paisajístico o ambiental. En estas vías se consideran parámetros de diseño diferentes a los habituales, en aspectos como velocidad, radios de curvatura, señal ética, incorporando miradores y zonas de estacionamiento seguros para los usuarios”.

**La gastronomía** En cuanto la gastronomía es un Conjunto de actividades y conocimientos relacionados con el arte de preparar una buena comida. Maldonado (2002) en su Diccionario de español para extranjeros: con el español que se habla hoy en España y América Latina

“La gastronomía, las tradiciones que conlleva, las técnicas y maneras de elaborar los alimentos, hacen parte esencial de la cultura de un país”. (Montaña, 2016, pág. 15).

Por consiguiente, la gastronomía unida a la cultura de un destino tiene un factor histórico importante, dado que los alimentos se han convertido en recursos turísticos y no solo son vistos y usados como facilitadores dentro de cualquier tipo de turismo. Si se formulan productos turísticos enfocados en la gastronomía, esta deja de tener una perspectiva de necesidad de alimentación a ser un referente para crear turismo. (Millán, 2010, pág. 9).

Es el estudio entre cultura y los alimentos, pero a menudo se piensa que el término únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. La gastronomía también

estudia varios componentes culturales, cuyo eje central siempre será la comida, además de que es un elemento del sector turismo, y por lo tanto es importante su impulso y desarrollo, de tal manera que se logre ofrecer productos alimenticios de calidad. Turismo gastronómico, Navarrete Torres (2010).

**Turismo gastronómico** (Millán, 2010, pág. 9) asegura que: “El turismo gastronómico es un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona”.

El turismo gastronómico no solo fue diseñado para los chefs grandes personajes, fue especialmente diseñado para todo tipo de personas que tienen interés de conocer a través de la comida de un destino y que desean experimentar una nueva aventura de la mano de los alimentos, platos nacionales, típicos, tradición, hasta componentes de producción de los mismo, no solo es ir a un restaurante y degusta es tener la experiencia de visitar los mercados, visita a casa antiguas, participación de ferias gastronómicas.

**Ruta gastronómica** Esta actividad es una forma de demostrar de manera organizada los alimentos que son distinguidos en un lugar “Al igual que la ruta alimentaria se maneja un itinerario organizado con la diferencia que las degustaciones ofrecidas es de platos típicos de la región, como también del disfrute de actividades culturales, deportivas respetando el entorno ambiental.” (Arriola,2006, pág. 6).

“La creación de una ruta gastronómica consiste en la definición de uno o varios itinerarios en el área geográfica seleccionada, perfectamente señalizada, y donde se indiquen los diferentes lugares donde el viajero pueda apreciar la gastronomía del lugar, suministrando además información sobre lugares históricos u otros de interés” (López, 2011, pág. 5).

“Ruta gastronómica es un producto turístico complejo, que ha de incorporar unos elementos de base en su diseño: un conjunto de puntos de interés en un ámbito geográfico limitado, identificados por una temática específica que destaque toda la cadena de valor del producto alimentario, desde la producción hasta la degustación, que proporcionen una oferta complementaria, y que generen un rendimiento económico para los agentes involucrados y el territorio. Como producto turístico, tiene una dimensión didáctica, por medio de la cual el visitante conoce la historia del producto y su arraigo en el territorio.”(Jeambey, 2016, pág. 7).

**Patrimonio** Dentro de este trabajo una de las palabras claves es el patrimonio y esta aun no es definida como tal; así como también algunos autores opinan que el patrimonio “no es un conjunto



de objetos o de cosas, sino un conjunto de relaciones: derechos y obligaciones” (Messineo, 2006), en tanto que para Bettiel patrimonio es "el conjunto de las posiciones jurídicas activas apoyadas en un sujeto"El patrimonio se divide y se entiende de diferentes formas, por ejemplo:

Por patrimonio cultural se entienden: los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Por patrimonio cultural inmaterial se entienden aquellos usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Y se pueden seguir definiendo más aspectos de patrimonio, pero los más importantes en el trabajo serán los anteriores.

**Centro histórico** el concepto de centro histórico se ha definido hace poco y esto surge a partir de la crisis que es generada por diferentes sectores de la ciudad, cuando se vieron obligados por la reconstrucción de la ciudad después de la época de la guerra y a medida que se fue ampliando la ciudad, pero según la UNESCO (2005).

“Se denomina centro histórico al núcleo urbano original de planeamiento y construcción de un área urbana, generalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural, que se caracteriza por contener los bienes vinculados con la historia de una determinada ciudad, a partir de la cultura que le dio origen, y de conformidad en los términos de la declaratoria respectiva o por determinación de la ley”.

## 7. Marco legal

**La Ley 300 de 1996**, que establece en su Artículo 69, que el Ministerio de Desarrollo Económico –hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo– fomentará el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos prestados a la comunidad y que para tal efecto promoverá la creación de Unidades Sectoriales de Normalización con cada uno de los subsectores turísticos.

**El artículo 88 de la Ley 300 de 1996** define como establecimientos gastronómicos, bares y similares de interés turístico "aquellos establecimientos que por sus características de oferta, calidad y servicio formen parte del producto turístico local, regional o nacional y que estén inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

**Ley 1558 de 2012** La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

**Modifíquese el artículo 1o de la Ley 300 de 1996**, el cual quedará así: “Artículo 1o. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección debido a su importancia para el desarrollo nacional. Mincit, (2012)

**Ley 397 de 1997 Ley general de cultura:** Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.

Del papel del Estado en relación con la cultura. Las funciones y los servicios del Estado en relación con la cultura se cumplirán en conformidad con lo dispuesto en el artículo anterior, teniendo en cuenta que el objetivo primordial de la política estatal sobre la materia son la preservación del patrimonio cultural de la Nación y el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacional. Ministerio de cultura, (2012)

**Plan sectorial de turismo 2018-2022** “MinCIT, en coordinación con el Ministerio de Cultura, desarrollarán el turismo cultural, de manera sostenible como parte del turismo naranja<sup>22</sup>, en función de las competencias de cada una de las instituciones, orientado a constituirlo en un pilar de competitividad y de generación de ingresos para los agentes del turismo y la cultura, así como en una estrategia para lograr la puesta en valor del patrimonio cultural material e inmaterial, la diversidad cultural, las artes y las industrias culturales y creativas, en los territorios con vocación de turismo cultural.”

Min. Cultura, con el apoyo de MinCIT, fortalecerá las capacidades de las autoridades culturales y turísticas del ámbito nacional, regional, departamental y municipal, para gestionar el turismo cultural como herramienta de preservación, conservación, difusión del patrimonio cultural, así como en materia de generación de nuevos emprendimientos y beneficios a las comunidades locales en torno a las artes, las industrias creativas y el patrimonio material e inmaterial.

MinCIT desarrollará un programa especial para apoyar el desarrollo de las manifestaciones culinarias colombianas y la Red de Eventos Gastronómicos de Colombia<sup>26</sup>, asociados a destinos turísticos con vocación gastronómica. Igualmente se apoyará el desarrollo de cocinas tradicionales colombianas entre MinCIT y MinCultura y se coordinará con el sector privado de restaurantes y gastronomía la promoción e inclusión del uso y consumo de productos locales, como oferta turística.

Proteger los productos y recetas tradicionales colombianas a través de la creación e implementación de nuevas herramientas de propiedad intelectual, tales como Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) e Indicaciones Geográficas (IG), entre otras, desarrollando el marco reglamentario respectivo desde MinCIT, en coordinación con la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, MinCultura, MinSalud - INVIMA, realizando su respectiva aplicación y promoción para el turismo, como elementos reputacionales, de diferenciación y posicionamiento de los destinos.

**Política de turismo gastronómico** Construir el producto turístico gastronómico nacional, mediante el fortalecimiento de la gastronomía y su promoción nacional e internacional.

Todo alimento tiene significado social, emocional y simbólico; es una compleja mezcla de calidad, herencia y naturaleza, es un producto de la historia. Su valor se incrementa con la autenticidad y la singularidad que representa. La cocina forma parte del patrimonio de los pueblos

y, cuando se integra con la oferta turística, favorece la calidad del destino y promueve la identidad y la diferenciación en un mundo globalizado.

**El decreto 3075 de 1997**, Buenas Prácticas De Manufactura (BPM): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias dientes tanto para mujeres como para hombres con el fin de incentivar la higiene en el personal. (Invima, 1997, págs. 7 – 15)

**Norma técnica sectorial NTS TS 004**: establecimientos gastronómicos y de bares, requisitos de sostenibilidad: requisitos legales, cumplir con la legislación vigente en los aspectos turísticos, ambientales, económicos, culturales, laborales, de semas que sean aplicables. Hacer seguimiento a la legislación.

**Norma técnica sectorial NTSUSNA 006**: esta especifica aspectos mínimos de la infraestructura de un establecimiento gastronómico, especifica aspectos para el cliente interno, aspectos generales, áreas de producción, materia prima, servicios generales, requisitos de cliente externo

**La NTS - GT 012**; “El guía debe preparar cada detalle con el fin de que todo salga exitosamente, así como establecer planes de acción, el guía debe demostrar todos sus conocimientos adquiridos, demostrar que se desenvuelve bien con los temas que está tratando, entre otros”. (Mincit, 2016, págs. 4-9)

**La NTS - GT 014**; “Teniendo en cuenta que es indispensable conocer esta NTS para la buena ejecución del recorrido, se basan en los criterios de desempeño que se establecen en la NTS GT 012 así como los conocimientos y requerimientos de esta. Es indispensable que domine una segunda lengua y así mismo que este certificado como mínimo en nivel B2.” (Mincit, 2018, págs. 4-9).

## 8. Metodología

La metodología de esta investigación es mixta, ya que en este caso se va a evaluar las causas que tiene el destino para contar una historia y el impacto que esto causaría en los turistas, adicional encontraremos datos cuantitativos y cualitativos, que se llevará a una hipótesis y por consiguiente a un desarrollo completo de todas las teorías que se presenten durante el desarrollo de la investigación, es importante recalcar la importancia de esta metodología ya que por este camino va a tener un mejor rendimiento el trabajo.

### 8.1 Enfoque de investigación

#### **Mixto.**

(...) representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (p. 21) Baptista (2003).

#### **Cualitativo.**

Según Sampieri (1998, Pág. 60), los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

#### **Cuantitativo.**

Según Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio

#### **Tipo de investigación.**

*Descriptiva* “esta investigación comprende la descripción, registro análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como persona, grupo, cosa funciona en el presente: la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos una interpretación correcta” Tamayo (2006)

En la investigación descriptiva, se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones rasgos, características de un objeto de estudio o se diseñan productos, modelos prototipos, guías, etc. No se dan explicaciones o razones del porqué de las situaciones, hechos, fenómenos, etc., la investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental, Bernal (2006)

Tabla 2

*Técnicas e instrumentos según los objetivos específicos*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnicas de investigación</b>	<b>Instrumentos</b>
Identificar las preparaciones gastronómicas tradicionales cundiboyacenses que se ofertan en el centro histórico de la Candelaria.	Observación Fotografía	Matriz de caracterización fotográfica
Caracterizar el perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la candelaria.	Encuesta	Cuestionario estructurado

Nota: Autoría propia.

## 8.2 Técnicas de investigación

### ✓ Observación

“la observación en cuanto es un procedimiento científico se caracteriza por ser: selectiva: porque necesitamos a cada paso discriminar aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos invade a cada momento e interpretativa: en la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando. Al final de una observación científica nos dotamos de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos.”Bunge (2007). (p.49).

En el proceso de observación, siempre según Bunge se distinguen cinco elementos:

“Sujeto u observador, en el que se incluyen los elementos constituyentes de este, tanto los sociológicos como los culturales, además de las experiencias específicas del investigador. Objeto de la observación: que es la realidad, pero en donde se han introducido procedimientos de selección y de discriminación, para separarlo de otras sensaciones. Los hechos en bruto de la realidad se han transformado en datos de un proceso de conocimiento concreto. Circunstancias de la observación: son las condiciones concretas que rodean al hecho de observar y que terminan por formar parte de la propia observación. Los medios de la observación: son

los sentidos y los instrumentos desarrollados por los seres humanos para extender los sentidos o inventar nuevas formas y campos para la observación”Bunge (2010) (p.49).

#### ✓ **Fotografía como técnica de investigación**

La fotografía se le concede el carácter de componente metódico en la investigación es decir, como lo indica Marcus Banks (Banks, 1995) (p.1).

“que se procede metódicamente mediante la creación de representaciones visuales es decir el estudio de sociedades por medio de la producción de imágenes, el examen de representaciones visuales pre-existentes estudiar las imágenes para encontrar información de la sociedad y la colaboración de actores sociales en la producción de representaciones visuales”

De esta forma, ha logrado tres niveles de fotografía que se pueden definir: como respaldo o apoyo de información existente, en la recolección de información y como resultado primario de la investigación. (Salazar, 1997).

#### ✓ **Encuesta**

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando, como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” Fernando (1999).

Sierra Bravo (2000) indica, “la observación por encuesta, que consiste igualmente en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado. Entre sus características se pueden destacar las siguientes”.

### **8.3 Población y muestra**

#### **Población.**

Para Tamayo (2012) La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, que incluye la totalidad de las unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para realizar un estudio

determinado, en donde participan entidades que determinan un tipo de características de la población para construir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación, (s.p).

Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio Arias (2006) (p. 81).

### **Muestra no probabilística.**

Según López (2010) (p.1) Cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de probabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra.

Con este método se puede determinar la probabilidad el elemento que tiene la población al ser escogido en la muestra de la investigación, cuando la población es aleatoria se pueden hacer afirmaciones probabilísticas sobre la población que se está investigando.

### **Muestreo por conveniencia.**

Permite seleccionar casos que pueden o desean ser incluidos, es fundamentado por la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

En este se seleccionan las unidades muestrales según sea la conveniencia o accesibilidad del investigador, este tipo de muestra se puede usar en los casos donde se desea obtener información de la muestra de manera ágil y económica, se puede usar en las etapas exploratorias dentro de la investigación como base de una hipótesis o como base de una conclusión en donde el investigador acepta el riesgo de que el estudio tenga algunos errores.

Este método se puede encontrar generalmente en las investigaciones en que se usa la entrevista como instrumento de investigación, este tipo de muestreo no es recomendable para las investigaciones descriptivas o experimentales.

### **Población objeto de estudio.**

En este trabajo se va a tener dos poblaciones, por un lado, va a ser los establecimientos que ofertan recetas tradicionales de los platos típicos cundiboyacense, que puedan demostrarle al



viajero una identidad de la región, adicional se trabaja la población de los turistas, que son las personas que van a consumir esta ruta gastronómica y participar en medio de un recorrido donde su experiencia será el centro de atención.

La muestra es por el lado son siete establecimientos, que son parte de la ruta gastronómica y que cumplen con las características que se desea dentro de la misma para crear una nueva experiencia dentro del viajero, la cantidad de turistas son de 100 turistas que se va a desarrollar la investigación.

Los sujetos que se trabaja son los turistas o viajeros que se encuentren en la zona, prestadores de servicio, en donde nos pueden dar testimonios de historias o relatos que se puedan reflejar a partir de una fotografía.

Debido a que en la Candelaria se maneja una población grande de visitantes, según la Institución Distrital del Turismo la Candelaria tiene una población aproximada de 100 personas, aunque algunos repiten días debido a que tienen una poco más de permanencia y deciden terminar de recorrer el lugar o por cuestión de negocios que también es una parte de esa población de turistas, se estima que la población con el que se va a trabajar es de 100 personas como se indicó desde el inicio. (Institución Distrital Del turismo)

Con el dato anterior se define la cantidad de población en el que se va a trabajar y de esta forma definir cuantas personas deben ser entrevistadas para tener información clara para el análisis pertinente.

N: Tamaño de la muestra (?)

N: Tamaño de la población (2000)

P: Probabilidad de que ocurra (0.05)

Q: Probabilidad de que no ocurra (0.05)

E: Error de muestreo (9.6 %) – (0.096)

Z: Porcentaje o fiabilidad 95 % (1.96)

$$n = \frac{z \times 2 \times P \times Q \times N}{e \times 2(N - 1) * z \times 2 \times P \times Q \times N}$$

$$n = \frac{(1,96) \times 2 \times (0,5) \times (0,5) \times (2000)}{(0,096)^2(2000 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,25) * (2000)}{(0,096)^2(1999) + (1,96)^2 * (0,25)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 500}{18.422784 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1920.8}{19.383184}$$

$$n = 99.09620 \text{ Encuestas}$$

De acuerdo con la anterior formula se define el muestro para la realización de las encuestas que se deben realizar a los turistas, se aproxima el valor para dar como resultado 100 personas que deben ser encuestadas, de esta forma obtener la información necesaria para realizar la investigación. En el tercer capítulo se define los costos y gastos de la propuesta de la ruta gastronómica.

## **9. Capítulo I - Establecimientos que ofertan gastronomía tradicional cundiboyacense en el centro histórico de la Candelaria**

### **9.1. Planificación de destinos turísticos**

En este sector está influenciado por un cambio que es muy constante por lo que el futuro del lugar es muy incierto, por lo que es un reto para los destinos turísticos debido a sus factores externos ya que esto puede afectar de forma positiva o negativa.

Para que esto tenga una buena administración futura, se debe preparar los cambios para el lugar teniendo como prioridad la posición competitiva de los destinos turísticos, es necesario conocer la conceptualización, la metodología que está relacionada con la gestión y la planificación turística.

En este apartado se presentan los modelos de planificación turística bajo los parámetros que determina el Ministerio de Comercio Industria y Turismo como avances de una planificación turística nacional, algunos de los modelos son: (Plan turístico convencional, Plan ambiental turístico, Planificación para la competitividad, Plan prospectivo y Plan maestro).

La planificación turística se debe abordar de una manera integral, teniendo en cuenta los factores que intervienen, en especial las partes que están interesadas en la configuración del sector ya que toma más relevancia dentro de la economía de las regiones del país, más aun de esos países que están en desarrollo de su turismo como un impulso de su economía generando así ingresos en las localidades, por consiguiente mejora la calidad de vida de la población; toda planificación debe traer consigo un turismo sostenible y responsable, adicional debe ser beneficioso para los residentes y para los viajero. Álvarez (2013) puente, Pérez y Solís. (2011), Ricaurte (2009) (p.638)

La planificación turística responde a unos métodos que pueden variar según sea el caso, ya que es un proceso continuo y flexible. De aquí nace la necesidad de adaptar la metodología propia a la planificación turística que hace una derivación en espacios turísticos en lugares rurales ya que tienen importantes retos como lo son: el endeudamiento de los entes locales, alineación de sociocultural, dejar las tradiciones, el sobredimensionamiento de los alojamientos, la falta de competitividad y la falta de rentabilidad. Diez (2011).

#### **9.1.1. Modelos de planificación turística.**

Por un lado, el autor Ivars (2003) menciona cuatro enfoques, no excluyentes como lo son desarrollismo, económico, físico y comunitario. Osorio (2006) al igual que el anterior autor piensa solo que sus enfoques son con una perspectiva latina por ejemplo lo describe como desarrollista, espacial, económico y estratégico.

### ***9.1.1.1 Enfoque desarrollista.***

Los modelos basados en el enfoque desarrollista son propuestas teórico-prácticas para explicar formas de desarrollo y modelos de planificación global a escalas nacional y regional. Dentro de los modelos destacan el Modelo para la planificación integral del turismo (Molina, 1987/2002; Molina y Rodríguez, 2005) y el Modelo de planificación para el desarrollo del turismo (Hernández, 1991). Dichos modelos tienen en común que ofrecen esquemas conceptuales claros y metodológicamente sencillos para estudiar la planificación turística.

La planificación integral del turismo consiste en dos fases: primero que es la definición, en la cual se define un diagnóstico y un objeto de planificación, así se tiene una certeza de la precisión de la naturaleza, en contenido, la orientación, la función y el costos natural, socioeconómico, político, físico, ambiental y psicológico todos estos factores dependen del cambio que se quiere experimentar. Con los instrumentos se puede llegar a la meta que se desea, es decir, que los instrumentos bien definidos ayudan a definir por ejemplo si estos son eficientes o no dentro de la investigación.

La aplicación, como segunda fase del proceso, se puede trabajar por su transformación, consiste en la elaboración de paquetes de inversión en activos fijos o en paquetes de actividades, la presupuestario es el costo total de la planificación, por otro lado, los instrumentos es la formulación y la evaluación de los proyectos de inversión y de evaluación en este punto se compara los preestablecido con lo que esta logrado.

Según Hernández (1991) considera una línea de las grandes situaciones deseadas que es el objetivo y la descripción pormenorizada que la situación existente que es el diagnostico, seguida por la fijación de los objetivos y las metas que con esto concluirá con unas estrategias que son determinadas que esto definirá unos instrumentos que se utilizará dentro de la investigación.

### ***9.1.1.2 Enfoque económico.***

El enfoque económico asume el supuesto de que el turismo es una actividad exportadora. En consonancia, los componentes de mercado (análisis de oferta y demanda) son los aspectos clave a considerar desde esta perspectiva (Osorio, 2006), El primer modelo funda su estructura en un modelo de arriba hacia abajo, es decir, el énfasis de la negociación la sienta en autoridades públicas y privadas que permitan el desarrollo de los centros turísticos. Dentro de este modelo se ubican tres fases que son análisis de mercado y recursos, la elaboración de planes maestros, estos dos se refiere

a definir los segmentos del mercado y la planeación conceptual, que esto se define el tipo de desarrollo turístico y el mercado meta.

Por otro lado, Bote (1991) reconoce tres sistemas planeamiento, el de la ejecución que se divide en una fase de investigación y diagnóstico y una formulación de la estrategia; las otras fases son: el de la evaluación y el control.

#### ***9.1.1.3 Enfoque espacial, urbanístico o físico.***

Para Osorio (2006) distingue dos énfasis: el primero con una posición marcadamente arquitectónica el cual consiste en la construcción física de los centros turístico, considerando elementos óptimos para la transportación aérea, los complejos hoteleros, las embarcaciones marinas los campos de golf, los fraccionamientos de lujo. La planificación territorial logró marginar o desplazar a las poblaciones locales de sus ámbitos tradicionales. En el segundo énfasis del enfoque. Los cambios más significativos consistieron en ciertas variaciones en las preferencias del turista y en su patrón de viaje.

Boullón (2006) el proceso de planificación debe dividirse en cuatro fases: Investigación y análisis (consiste en una estimación de los hechos y fuerzas que han configurado las circunstancias actuales), la evaluación (se medirá el impacto de los hechos y fuerzas sobre el ambiente original y se estudiará qué posibilidades reales existen para corregir el estado actual de cosas si es que no es satisfactorio), la política o solución de diseño (con los resultados de la evaluación servirán de base para elegir la política que orientará a la solución, amparada por las medidas legales, las normas de diseño, los códigos y ordenamientos que regularán las futuras construcciones y expansiones de la planta turística) y la realización (exigirá elaborar y poner en práctica acuerdos, convenios y compromisos de los distintos organismos de la superestructura, que representan a todos los intereses en juego identificados en la primera fase).

#### ***9.1.1.4 Enfoque estratégico.***

La estratégica ha sido el modelo dominante han adoptado gracias a su capacidad de adaptación en contextos cambiantes e inciertos (Osorio, 2006).

Acerenza (2006) (p.643) la planificación estratégica se ocupa de las decisiones que en materia de turismo dictan las más altas autoridades del sector. La planificación estratégica, por lo tanto, establece los grandes ejes del desarrollo turístico y puede ser definida como “el proceso

destinado a la determinación de los objetivos genera/es del desarrollo, las políticas, el uso y el ordenamiento de los recursos a ser empleados con este fin.

Acerenza (1985) (p.643) contempla no sólo las decisiones básicas involucradas en el mismo, sino, además, las condiciones particulares en las cuales éste debe llevarse a cabo. En efecto, en la práctica, el planeamiento estratégico implica, fundamentalmente, decisiones en cuanto a tres aspectos básicos: definición de los objetivos y formulación de la política, determinación de la estrategia de desarrollo y la especificación de los correspondientes programas de acción.

## **9.2. Inventarios turísticos**

Este es un proceso por el cual se registran de manera ordenada por los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que sirven para la planeación de productos turísticos para la región.

Para poder realizar un inventario turístico hay que tomar como base la metodología utilizada por la Organización de los Estados Americanos OEA en donde se puede ir clasificando los atractivos turísticos en 5 categorías:

- ✓ Sitios naturales
- ✓ Bienes culturales
- ✓ Etnografía
- ✓ Realizaciones contemporáneas
- ✓ Acontecimientos programados.

### **9.2.1. Recursos culturales.**

Son elementos donde el hombre ha intervenido con el pasar del tiempo, estos tienen una diferencia a los recursos naturales y es que los culturales son creados por el hombre donde pueden ser históricos o contemporáneos tiene tres categorías y son, atractivo histórico, contemporáneos no comerciales, contemporáneos comerciales.

Los recursos lo definen según RAE “medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende”, se igual forma cultural RAE lo define como “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”, estos dos conceptos se puede concluir que cada cultura a lo largo de la existencia produce un nuevo patrimonio cultural, que como se puede entender que son bienes,

tangibles o intangibles, que vienen de las antiguas generaciones y se considera como un patrimonio que satisface las necesidades humanas culturalmente, y que se identifica como recursos culturales.

### 9.3. Inventario turístico gastronómico

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL					
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	Mercado la concordia				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria				
<b>Bienes Inmuebles</b>					
1.5. Administrador o propietario	Alcaldía de Bogotá				
1.6. Dirección/Ubicación	Cl. 14 #1 -40				
1.6. Teléfono/Fax	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)				
	N/A				
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A				
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x	Acuático	Férreo	Aéreo
		o			
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado					
2.2. Bien Cultural Inmueble					
	<p><b>Figura 3.</b> Mercado la concordia y plaza mercado la concordia. Google (2019)</p> <p><b>Descripción:</b> es una de las cuatro plazas declaradas patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de Bogotá. Fue declarada bien de interés cultural en 1994, valor patrimonial que se encuentra presente en su bella arquitectura en la gente que trabaja allí y en su cultura popular también podemos encontrar una zona de restaurantes que dan muestra del potencial de la plaza, ya que convocan a diario a un número cada vez mayor de personas, atraídos por la relación que encuentran entre la calidad, el precio y la diversidad de los platos así como su sazón y atención de los comerciantes.</p>				
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>			<b>PUNTAJE</b>		
Estado de Conservación (18)			10		
Constitución del Bien (18)			10		
Representatividad General (17)			17		
Representatividad Turística (17)			17		
<b>Subtotal</b>			<b>54</b>		
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18		
Internacional (30)					

TOTAL		72	
Diligenciado por:	Camila claros Ortiz	Fecha	28/junio/20
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL			
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Puerta Falsa		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria		
Bienes Inmuebles			
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía de Bogotá		
1.6. Dirección/Ubicación	Cl. 11 #6-50		
1.6. Teléfono/Fax	pacho822@gmail.com	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)	
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A		
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x	Acuático
		o	Férreo
			Aéreo
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado			
2.2. Bien Cultural Inmueble			
<p><b>Figura 4.</b> puerta falsa y puerta falsa. Google (2019)</p> <p><b>Descripción:</b> Es un restaurante de tradición que tiene más de un siglo de trayectoria. Se encuentra ubicado en una casona antigua, con arquitectura típica del Barrio La Candelaria que permite recordar tiempos pasados. Sus instalaciones no son grandes, constan de dos pisos, en el primer piso además de la zona de mesas, con la decoración del lugar, donde se puede disfrutar de su Oferta gastronómica. hay un mostrador en donde se aprecian preparaciones como cocadas que dan muestra del potencial de la plaza, ya que convocan a diario a un número cada vez mayor de personas, Atraídos por la relación que encuentran entre la calidad, el precio y la diversidad de los platos así como su sazón y atención de los comerciantes.</p>			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de Conservación (18)		10	
Constitución del Bien (18)		10	
Representatividad General (17)		17	
Representatividad Turística (17)		17	
Subtotal		54	
SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18
Internacional (30)			
TOTAL		72	
Diligenciado por:	Camila claros Ortiz	Fecha	28/junio/20



**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**

**FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**

**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre Restaurante Hotel Opera

1.2. Departamento Cundinamarca 1.3. Municipio Bogotá

1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad La candelaria  
Bienes Inmuebles

1.5. Administrador o Propietario Alcaldía de Bogotá

1.6. Dirección/Ubicación Cl. 10 #5-72

1.6. Teléfono/Fax 3362066 1.7. Distancia (desde la ciudad capital)

1.8. Tiempo (desde la ciudad capital) N/A

1.9. Tipo de acceso Terrestre x Acuático Férreo Aéreo  
o

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1. Código Asignado

2.2. Bien Cultural Inmueble



Figura 5. hotel opera y hotel opera. Google (2019)

**Descripción:** Al lado del Teatro Colón, frente al Palacio de San Carlos, en el corazón Del centro político, cultural, universitario y religioso de la ciudad. Después de haber sido caballeriza en época colonial, seminario en el siglo XIX, casa privada, y sede jurídica de una Universidad después 9 de abril, en las últimas décadas las dos casas se habían convertido, hacia dentro, en un inquilinato y Hacia la calle, en almacenes de artículos religiosos, tiendas y bodegas de libros.

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

CALIDAD			PUNTAJE
Estado de Conservación (18)			10
Constitución del Bien (18)			10
Representatividad General (17)			17
Representatividad Turística (17)			17
<b>Subtotal</b>			<b>54</b>
SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18
Internacional (30)			
<b>TOTAL</b>			<b>72</b>

Diligenciado por:	Camila claros Ortiz	Fecha	28/junio/20
-------------------	---------------------	-------	-------------

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Prudencia			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria			
<b>Bienes Inmuebles</b>				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía de Bogotá			
1.6. Dirección/Ubicación	Cra. 2 #11 34			
1.6. Teléfono/Fax	3941678	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)		
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A			
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x	Acuático	Férreo
		o		Aéreo

**2. CARACTERÍSTICAS**2.1. Código  
Asignado2.2. Bien  
Cultural  
Inmueble

**Figura 6.** Restaurante prudencia y restaurante prudencia. Google (2019)

**Descripción:** Prudencia está ubicada en La Candelaria, el corazón histórico de Bogotá y el barrio más interesante de la ciudad. Un lugar donde convive la esencia de un pequeño pueblo y un sector cosmopolita enriquecido de una vida artística e intelectual, siendo La Candelaria lo que inspira El espíritu de Prudencia. Nosotros construimos el restaurante con y para nuestros vecinos, como un espacio local de reunión donde nuestros nuevos clientes puedan sentirse bienvenidos en un ambiente Amigable, experimentar la diversidad de culturas y descubrir la belleza de La Candelaria

**3. PUNTAJES DE VALORACIÓN**

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (18)	10
Constitución del Bien (18)	10
Representatividad General (17)	17
Representatividad Turística (17)	17
<b>Subtotal</b>	<b>54</b>

SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18
Internacional (30)			
TOTAL			72
Diligenciado por:	Camila claros Ortiz	Fecha	28/junio/20

## FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

### FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL

#### Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

#### 1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Casa vieja		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria		
<b>Bienes Inmuebles</b>			
1.5. Administrador o propietario	Alcaldía de Bogotá		
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 13 N° 3 - 57		
1.6. Teléfono/Fax	610 3541	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)	
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A		
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x o	Acuático Férreo Aéreo

#### 2. CARÁCTERÍSTICAS

2.1. Código Asignado			
2.2. Bien Cultural Inmueble			

Figura 7. Casa la vieja y casa la vieja. Google (2019)

**Descripción:** es un restaurante de mucha tradición, no sólo lo dicen sus años de abierto, cincuenta, también su menú que aún conserva recetas originales de la época cuando su primer dueño quiso honrar la comida típica colombiana abriendo un restaurante donde los platos que se comen en distintos rincones del país se elaboraran con ingredientes de excelente calidad, y se sirvieran con la mayor elegancia, en comedores adornados con antigüedades y candelabros

#### 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (18)	10
Constitución del Bien (18)	10
Representatividad General (17)	17
Representatividad Turística (17)	17
<b>Subtotal</b>	<b>54</b>

SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18
Internacional (30)			
TOTAL			72
Diligenciado por:	Camila claros Ortiz	Fecha	28/junio/20

## FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

### FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL

#### Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

#### 1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Fulanitos centro		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria		
<b>Bienes Inmuebles</b>			
1.5. Administrador o propietario	Alcaldía de Bogotá		
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 3 # 8 -61		
1.6. Teléfono/Fax	744 90 97	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)	
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A		
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x	Acuático
		o	Férreo
			Aéreo

#### 2. CARACTERÍSTICAS



2.1. Código Asignado			
2.2. Bien Cultural Inmueble			

Figura 8. Fulanitos centro y fulanitos centro. Facebook (2020)

**Descripción:** Fulanitos fue fundado por Carlos Ordoñez Caicedo, un gran gurú de la Cocina Colombiana. Este restaurante es la feliz culminación de una investigación paciente que condujo al rescate de cientos de recetas de la memoria de viejitas de pueblos veredas y caseríos a lo largo y ancho de la rica geografía gastronómica de Colombia. Allí ofrecen los variados y exquisitos sabores de la cocina vallecaucana como un sancocho de gallina o unas chuletas de cerdo en medio de un ambiente familiar y a su vez artístico, pues se halla decorado con obras de reconocidos artistas como Manzur, Caballero, Saturnino y Guayasamin entre otros.

#### 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (18)	10
Constitución del Bien (18)	10
Representatividad General (17)	17
Representatividad Turística (17)	17
<b>Subtotal</b>	<b>54</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	



Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	18
Internacional (30)	<b>TOTAL</b>		72
<b>Diligenciado por:</b>	Camila claros Ortiz		<b>Fecha</b> 28/junio/20

## FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS

### FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL

#### Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

#### 1. GENERALIDADES

1.1. Nombre	Restaurante el Son de los Grillos			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La candelaria			
<b>Bienes Inmuebles</b>				
1.5. Administrador o propietario	Alcaldía de Bogotá			
1.6. Dirección/Ubicación	Cl. 10 #3-60			
1.6. Teléfono/Fax	2848662	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)		
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	N/A			
1.9. Tipo de acceso	Terrestre	x	Acuático	Férreo
		o		Aéreo

#### 2. CARACTERÍSTICAS



2.1. Código Asignado		
2.2. Bien Cultural Inmueble		

Figura 9. El son de los grillos y el son de los grillos. Google (2020)

**Descripción:** El Restaurante El Son de Los Grillos es uno de los restaurantes más antiguos de la candelaria. Con una bella decoración clásica, fusiona comida internacional y el tradicional ajiaco santafereño. Con música antigua y de época y conciertos en vivo de cámara, el comensal se transporta en un viaje a través del tiempo. El Restaurante El Son de Los Grillos es uno de los restaurantes más antiguos de la candelaria. Con una bella decoración clásica, fusiona comida internacional y el tradicional ajiaco santafereño. Con música antigua y de época y conciertos en vivo de cámara, el comensal se transporta en un viaje a través del tiempo.

#### 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (18)	10
Constitución del Bien (18)	10
Representatividad General (17)	17
Representatividad Turística (17)	17

<b>Subtotal</b>			54
<b>SIGNIFICADO</b>			
<b>Local (6)</b>	<b>Regional (12)</b>	<b>Nacional (18)</b>	18
<b>Internacional (30)</b>			
<b>TOTAL</b>			72
<b>Diligenciado por:</b>	Camila claros Ortiz	<b>Fecha</b>	28/junio/20

### Caracterización de platos típicos cundiboyacenses

#### FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS

##### CUNDIBOYACENSES

#### 1. GENERALIDADES

<b>1.1. Nombre</b>	ajiaco		
<b>1.2. Departamento</b>	Cundinamarca	<b>1.3. Municipio</b>	Bogotá

#### 2. CARÁCTERÍSTICAS

**Descripción:** Este es un plato típico cundiboyacense en Colombia, este plato consiste en una sopa que tiene diferentes tipos de papa, que se cultivan en el lugar, como la papa sabanera, papa criolla que es la más pequeña y de color amarillo, papa pastusa, el toque de sabor que lo caracteriza se lo da las Guascas son unas hierbas de origen prehispánico, lleva pollo, mazorca, aguacate, se puede adicionar crema de leche o alcaparras, se acostumbra a tomarlo los domingos o días de fiestas. Cuenta la leyenda indígena que el ajiaco tomó su nombre cuando gobernaba el cacique llamado Aco quien tenía una hermosa esposa Ají desde entonces se conformó la palabra, principalmente el plato era conformado solo de papas y guascas, de proteína era un animal del monte; más tarde los españoles mejoraron la receta se le agregaron las alcaparras, crema de leche y pollo.



**Figura 10.** Ajiaco. Google (2020)

**Diligenciado por:** Camila claros Ortiz

**Fecha:** 28 junio 2020

#### FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS

##### CUNDIBOYACENSES

#### 1. GENERALIDADES

<b>1.1. Nombre</b>	Cocido Boyacense		
<b>1.2. Departamento</b>	Cundinamarca	<b>1.3. Municipio</b>	Bogotá

#### 2. CARÁCTERÍSTICAS

**Descripción:** El cocido boyacense es el plato característico de los campesinos y existe desde la época colonial. Los productos que integran este plato, son alimentos cosechados en el altiplano cundiboyacense. La arracacha, los cubios y la papa, son algunos de ellos. La cultura chibcha, fue quien acogió este plato en la época de la colonia, cuando los españoles establecieron en Colombia la llamada "Olla podrida", uno de los primeros platos preparados por los españoles en la época prehispánica. Este nombre para los españoles significaba la olla del pudiente, decían que se podían incluir todos los ingredientes que se necesitaban.



**Figura 11.** Cocido boyacense. Google (2020)

Diligenciado por: Camila claros Ortiz

Fecha: 28 junio 2020

### FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS CUNDIBOYACENSES

#### 1. GENERALIDADES

1.1. Nombre Fritanga bogotana

1.2. Departamento Cundinamarca 1.3. Municipio Bogotá

#### 2. CARÁCTERÍSTICAS

**Descripción:** La fritanga es una delicia cuyo sabor es apreciado por colombianos de generación en generación. Ha sido nombrada recientemente como patrimonio nacional de Colombia por la UNESCO; logro que exalta su gran valor e importancia para el país.

Como su nombre lo dice, la fritanga es una mezcla de fritos, entre los que encontrarás: carnes, longaniza, vísceras, morcilla, chicharrón crujiente, plátano maduro y productos de la tierra como papas de diferentes tipos y yuca. Estos ingredientes son magistralmente aderezados con ají y chimichurri al gusto.



Figura 12. Fritanga bogotana. Google (2020)

Diligenciado por: Camila claros Ortiz

Fecha: 28 junio 2020

### FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS CUNDIBOYACENSES

#### 1. GENERALIDADES

1.1. Nombre Changua

1.2. Departamento Cundinamarca 1.3. Municipio Bogotá

#### 2. CARÁCTERÍSTICAS

**Descripción:** Consiste en agua hervida, leche, huevo, cebolla, cilantro y el famoso calado. Estos económicos y sencillos ingredientes hacen parte del desayuno de los colombianos que usan la changua para reunir fuerzas al empezar el día. Nació en la tribu Chibcha que habitaba la zona andina de Colombia y desde entonces ha permanecido en la tradición de las familias hasta la actualidad, de modo que gran número de restaurantes preparan el plato como un típico.



Figura 13. Changua. Google (2020)

Diligenciado por: Camila claros Ortiz

Fecha: 28 junio 2020



**FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS  
CUNDIBOYACENSES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre Sobrebarriga

1.2. Departamento Cundinamarca 1.3. Municipio Bogotá

**2. CARÁCTERÍSTICAS**

**Descripción:** El tradicional plato de carne de res en salsa se acompaña siempre de las famosas papas chorreadas, arroz blanco y aguacate o maduros fritos. En algunas recetas, se utiliza un chorrito de cerveza durante la cocción de la carne. Es una delicia gastronómica que se puede preparar en diferentes versiones como el sudado de sobrebarriga y es demandado en casi toda la nación. En Argentina se prepara un corte parecido denominado “matambre



**Figura 14.** sobrebarriga. Google (2020)

**Diligenciado por:** Camila claros Ortiz

**Fecha:** 28 junio 2020

**FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS  
CUNDIBOYACENSES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre Mazamorra chiquita

1.2. Departamento Cundinamarca 1.3. Municipio Bogotá

**2. CARÁCTERÍSTICAS**

**Descripción:**La Mazamorra Chiquita es una sopa tradicional colombiana del departamento de Boyacá, esta región fue el escenario de una serie de batallas que condujeron a la independencia de Colombia de España. Por eso es conocido como «la tierra de la libertad»La Mazamorra Chiquita es una sopa muy reconfortante, generalmente hecha con callo, maíz seco, acelgas, carne de res, frijoles, cebolla, especias y otros vegetales. La combinación de papas y otros vegetales de raíz es variable



**Figura 15.** Mazamorra chiquita. Google (2020)

**Diligenciado por:** Camila claros Ortiz

**Fecha:** 28 junio 2020



**FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS  
CUNDIBOYACENSES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. **Nombre** Cuchuco de espinazo  
1.2. **Departamento** Cundinamarca  
1.3. **Municipio** Bogotá

**2. CARÁCTERÍSTICAS**

**Descripción:** Los conocedores dicen que la palabra "cuchuco" es un americanismo de origen indígena Muisca como el vocablo Kuchuchu, *Raíz comestible* o de Kuchuku, *rebanar, cortar*, inclusive del del idioma Kulino: Cuchuco *Maíz*. Originalmente por lo barato era el alimento popular ya que era el remanente de la molienda de los cereales que se usaban para elaborar las harinas que eran consumidas por las clases sociales con mayores recursos. Se cocina para hacer una sopa espesa, usualmente con carne de cerdo, arvejas, zanahoria, papa picada y adobos como ajo, cebolla y cilantro, guascas o laurel, transformándose así en un plato típico y de la dieta cotidiana en Colombia.



**Figura 16.** Cuchuco de espinazo. Google (2020)

**Diligenciado por:** Camila claros Ortiz

**Fecha:** 28 junio 2020

**FORMATO ÚNICO PARA LA CARACTERIZACION DE PLATOS TIPICOS  
CUNDIBOYACENSES**

**1. GENERALIDADES**

1.1. **Nombre** puchero santafereño  
1.2. **Departamento** Cundinamarca  
1.3. **Municipio** Bogotá

**2. CARÁCTERÍSTICAS**

**Descripción:** Puchero es un plato que se originó en España, como es el caso de muchos otros platos colombianos. El **Puchero Santafereño** es un plato succulento y abundante que generalmente incluye carne de res, pollo, cerdo, plátano, yuca, papas, maíz, chorizo y repollo. Se sirve con hogao, arroz blanco y rebanadas de aguacate. Este es un plato cocinado en una sola olla, pero en el momento de servir, el caldo se sirve primero, y las verduras y las carnes se sirven en un plato grande rociadas con hogao.



**Figura 17.** Puchero santafereño. Google (2020)

**Diligenciado por:** Camila claros Ortiz

**Fecha:** 28 junio 2020

#### **9.4. Análisis de la caracterización**

La gastronomía colombiana se caracteriza por sus sabores, recetas, tradición y la mezcla de diferentes culturas españolas y colombianas, estos platos son lo que le da identidad a un pueblo, a unas personas que ofrecen este tipo de recetas tradicionales, que han pasado por años y generaciones que hacen mejoras.

En este capítulo se resalta la región cundiboyacense que contiene varios platos que tienen mucha más tradición y son platos que les falta más divulgación me medio de los viajeros que visitan elcentro histórico de Bogotá.

Tenemos nueve platos que son los que más resalta e identifican esta región, por un lado tenemos el Ajiaco, este con su combinación de sabores de diferentes ingredientes y la facilidad de combinar con otros platos como entrada hace que el turista tenga un juego de sabores y de tradiciones en su boca, por otro lado tenemos el cocido boyacense, este es caracterizado por la variedad de hortalizas y legumbres que tiene y que le dan un sabor muy particular y a la vista el juego de colores que hace que el cliente pueda imaginar a todos los campesinos que cultivaros todos y cada uno de los ingredientes.

La fritanga, es uno de los platos más suculentos que tiene esta región ya que revive cada proteína que es consumida en el país con una sazón totalmente singular y deliciosa, la changua que es consumida especialmente en los desayunos y que puede ser acompañada por una tostada, pan o como es bien llamado un calao, que es un pan tostado que se puede introducir dentro de la sopa y le puede dar mucho más sabor.

La sobrebarriga, delicioso y caracterizado por su acompañamiento de un arroz blanco que resalta el famoso hogao que llena sabor y tradición el plato, la mazamorra chiquita, una deliciosa sopa que es acompañado por un con callo, maíz seco, acelgas, carne de res, frijoles, cebolla, especias y otros vegetales, ayuda a subir los ánimos y las buenas energías.

Si para subir las defensas es lo que busca un turista siempre se recomienda consumir un cuchuco de espinazo ya que con la variedad de ingredientes ayuda a que las defensas suban eso es lo que nos recuerda nuestras viejas generaciones, si de sabor y color es lo que busca el viajero un puchero santafereño es una buena elección para él ya que tiene una variedad de color y sabor un plato muy completo que tiene las mesas colombianas en sus almuerzos.

Estos platos son muy tradicionales en la cocina colombiana, como se caracterizó cada uno de ellos se puede apreciar la variedad de ingredientes que tiene cada uno de ellos, lo mejor de todo es que esos son cultivados en esta misma tierra y se ve el esfuerzo de las personas agricultoras que desde muy temprano ayudan a que estos ingredientes lleguen a los hogares colombiano para preparar o finalizar con estas recetas tan populares.

Para que el turista pueda consumir estos alimentos con las características que se busca es necesario que el ambiente que aprecie el cliente sea igual de tradicional a las recetas, por eso los nueve establecimientos gastronómicos deben prestar esas mismas características, con un rescate tradicional y típico para que el viajero sienta mucha más viva su experiencia en la ruta.

Los nueve establecimientos son, mercado la concordia que están las tradicionales cocinas en una plaza de mercado con campesinos de primera mano e ingredientes frescos, la puerta falsa, un restaurante que lleva muchos años prestando este servicio, además de que lo tradicional es su bandera como restaurante, al llevar muchos años ayuda a que el viajero pueda tener un viaje al pasado, restaurante hotel opera, es uno de los más conocidos por su ubicación, adicional por los platos que son los más populares de la región, es un lugar que presta tranquilidad y frescura dentro del lugar.

Restaurante la prudencia, es un lugar que está dentro de una casa muy tradicional y que aún conserva su estructura muy colonial, donde el viajero puede conocer cómo eran las casas en su antigüedad eso deja a la imaginación una historia de vida de las personas que lo habitaban, con estas mismas características está el restaurante casa la vieja que su ambiente colonial cumple con la misión de la ruta y es que el viajero pueda conocer un estilo de vida y una gastronomía muy singular.

Fulanitos centro, al son de los grillos estos dos restaurantes que cumplen con las características que se busca dentro del trabajo, ofrecerle al turista una forma diferente de conocer la ciudad, en restaurantes poco conocidos y que puede encontrar una nueva cultura en medio de la gastronomía cundiboyacense.

## **10. Capítulo II - Perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la Candelaria**

Para poder realizar la caracterización del perfil de turista se realizaron unas encuestas que tuvieron como población el turista local e internacional, además se realizaron unas entrevistas que obtuvieron como población final los establecimientos gastronómicos que fueron evaluados para la participación del recorrido gastronómico.

Para la elaboración de cada una de las preguntas para las encuestas se redactaron preguntas que aporten a la caracterización del perfil del posible turista que tomará el recorrido gastronómico, se realizaron 14 preguntas que son claves para su análisis y de esta forma poder tener una caracterización del cliente.

En el momento de tener contacto con el turista se evidenció que hay varios tipos de turistas, como lo son el tradicional turista mochilero, turista que viene solo por un día, turistas que se encuentran con fines académicos; además turistas que tiene diferentes profesiones, analista de sistemas, politólogo, licenciado en Español, y otras profesiones; otros aspectos que se evidenció es que muchos turistas no conocen mucho de la oferta gastronómica que tiene la zona, o la variedad de oferta que hay en platos que pueden consumir, solo conocen los populares.

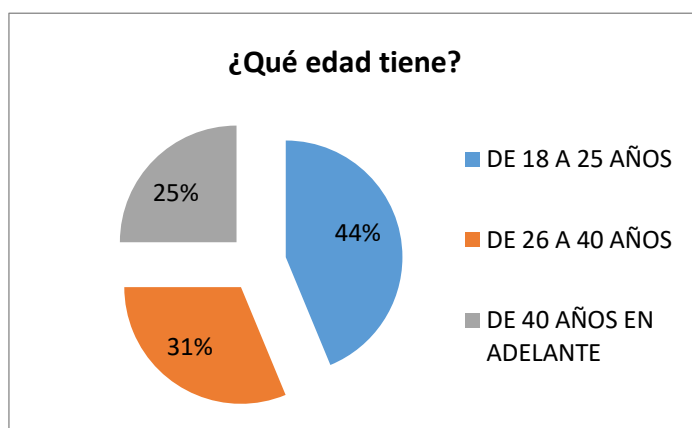
Las entrevistas se tomó como población final los establecimientos gastronómicos, aquí se realizaron unas preguntas que son claves para la participación del recorrido, su aporte en él, de qué forma es diferenciado en medio de otros establecimientos, de esta forma fijar un punto inicial y final del en recorrido, verificar que tipo de oferta gastronómica puede ofrecerle al turista, que capacidad tiene para recibir un grupo de personas, así poder establecer una cantidad máxima de viajeros que pueden participar.

### **10.1. Motivos del porque el turista está en la Candelaria**

La candelaria como bien se sabe en un punto central de turismo, esto debido a que tiene muchas instalaciones que son de interés para el viajero, su arquitectura se mantiene colonial, sus restaurantes, museos, iglesias, entre otras.

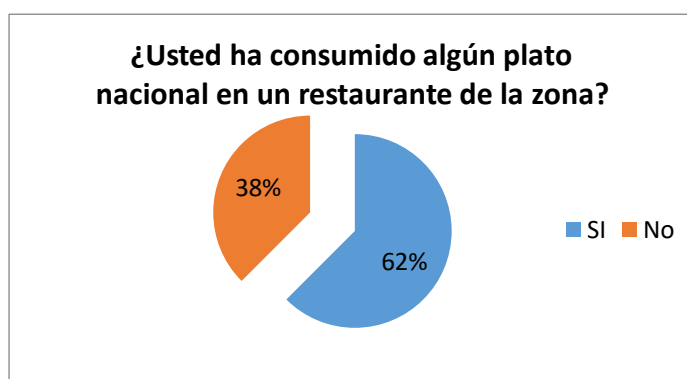
Durante el trabajo de campo que se realizó se evidenció que todos los turistas están en la ciudad para conocer, estudiar español, pasear, motivos como estos los posibles turistas que consumen este tipo de turismo son los que tienen estos intereses.

Entre los turistas que encontramos había muchas profesiones, como son politólogo, administración de empresas, turistologos, Lic. Español, ingeniero civil, analista de sistemas, entre otros, para realizar turismo solo se requiere tener la intención de conocer nuevos lugares que nos dejen una enseñanza ya sea cultural o histórico. Estos son los posibles turistas que van a consumir esta ruta turística gastronómica.



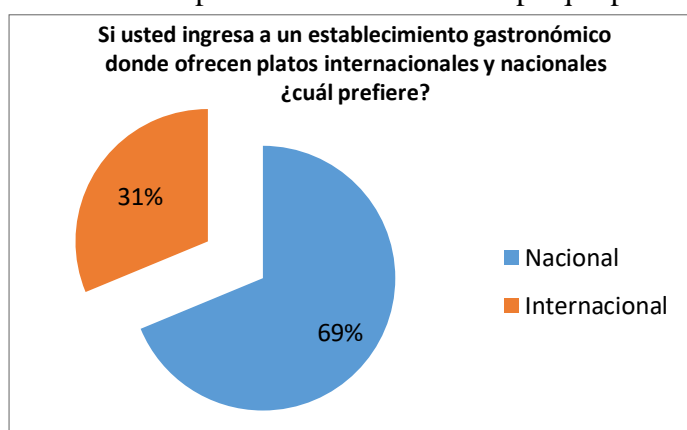
**Figura 18.** Pregunta N° 1: ¿Qué edad tiene? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo que un 44% de los turistas se encuentran en edades entre los 18 y los 25 años, otro 31% oscilan en edades de los 26 a los 40 y un 25% de turistas que tienen más de 40 años. Los datos dan a entender que el segmento de población joven entre 18 y 40 años que equivale al 75% de los viajeros, posiblemente puedan estar interesados en participar de una ruta gastronómica. Si se tiene en cuenta que la mayoría de los visitantes son extranjeros es pertinente saber que muchos de ellos están interesados en los valores culturales del destino que visitan, por ende, son un segmento potencial desde el turismo gastronómico.



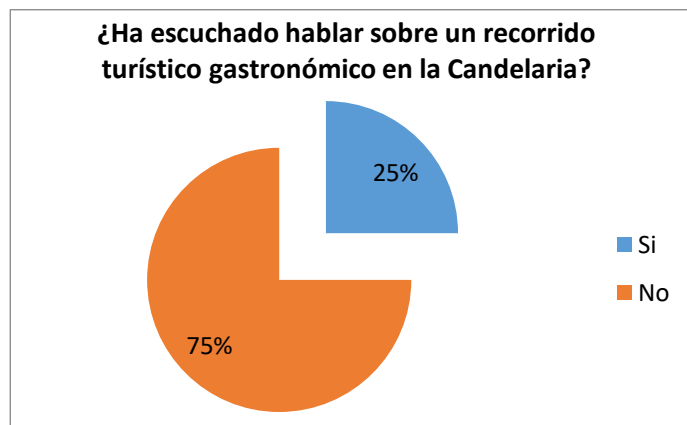
**Figura 19.** Pregunta N° 2: ¿Usted ha consumido algún plato nacional en un restaurante de la zona?

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo que un 62% en su estadía han consumido un plato colombiano dentro del centro histórico por otro lado, está un 38% no han consumido un plato nacional dentro de la zona, estos porcentajes reflejan que los turistas que visitan el centro histórico de la candelaria han consumido un plato ya que tienen la necesidad de consumir un alimento y no teniendo más recursos consume lo que en su camino encuentre y solo es comida nacional. Este tipo de turistas es los que pueden consumir la ruta gastronómica que pueden participar dentro de la misma, ya que pueden tener varias experiencias al mismo tiempo que puede alimentarse.



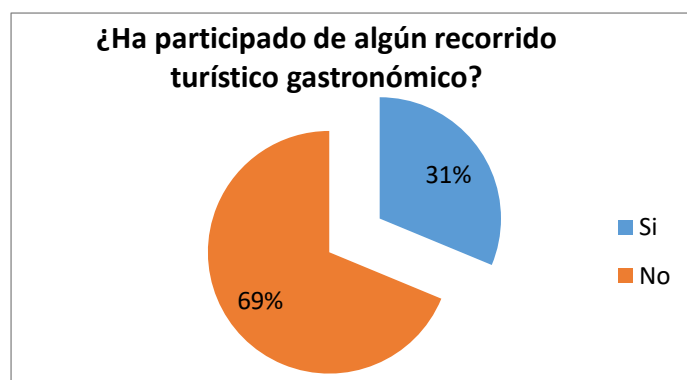
**Figura 20.** Pregunta No 3: Si usted ingresa a un establecimiento gastronómico donde ofrecen platos internacionales y nacionales ¿cuál prefiere? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 69% expresa que tiene preferencias en los platos nacionales y un 31% indica que no tiene ningún interés en consumir o probar este tipo de recetas ya que les causa más confianza, además lo que muchos turistas extranjeros expresaron durante el desarrollo de esta encuesta es que la cocina colombiana es muy distinta a otros países, tiene variedad de ingredientes que no se ven en otros lugares o que no existen, eso le da exclusividad a nuestra cocina. Ahora el porcentaje más alto es el tipo de turista que más se debe enfocar la investigación ya que es la demanda que le interesa la gastronomía y que si se le propone este tipo de ruta gastronómica no se va a inclinar en tomar otra opción y serán clientes potenciales



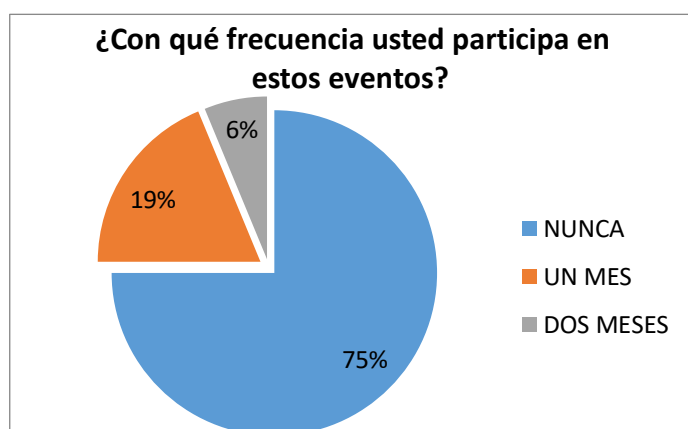
**Figura 21.** Pregunta N°4: ¿Ha escuchado hablar sobre un recorrido turístico gastronómico en la Candelaria? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 75% que no ha tenido la oportunidad de poder escuchar sobre una ruta gastronómica dentro de la zona, esto debe ser por la falta de divulgación o posiblemente sea una consecuencia de las agencias de viajes que no tienen el reto de poder crear este tipo de turista en donde el viajero pueda participar dentro de un evento similar, este tipo de clientes es el que se quiere llegar con esta investigación y propuesta en donde el viajero puede tener la oportunidad de participar en una ruta gastronómica en donde pueda resaltar o sacar a flote una creatividad y su experiencia al punto en que pueda seguir consumiendo esta ruta en todas sus visitas o que posiblemente pueda recomendarla, un 25% de estos turistas encuestados expresan que alguna vez han escuchado una ruta gastronómica pero que no son suficientemente interesantes para que el viajero pueda participar dentro de estos eventos.



**Figura 22.** Pregunta N°5: ¿Ha participado de algún recorrido turístico gastronómico? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 69% que expresa que si ha tenido la oportunidad de participar en un recorrido gastronómico, pero en otros entornos turísticos fuera del país, dentro del trabajo de campo los turistas indican que hay rutas gastronómicas en donde se siente mucho más cómodo, es divertido y que aprende cosas mucho más interesantes del lugar que están visitando, también entre sus comentarios dicen que estas actividades reflejan la realidad cotidiana de una dieta nacional y es mucho más interesante ya que conocen cultura, historia además de la gastronomía, teniendo en cuenta esta información hace ver que la investigación junto con la propuesta experiencial que se tiene es una buena opción para el turista y que muchos viajeros participaran de forma activa, por otro lado está el 31% de los viajeros que expresan no tener una participación alguna en estas actividades, esto puede ser por la falta de conocimiento de las nuevas formas de conocer y por eso no participan.

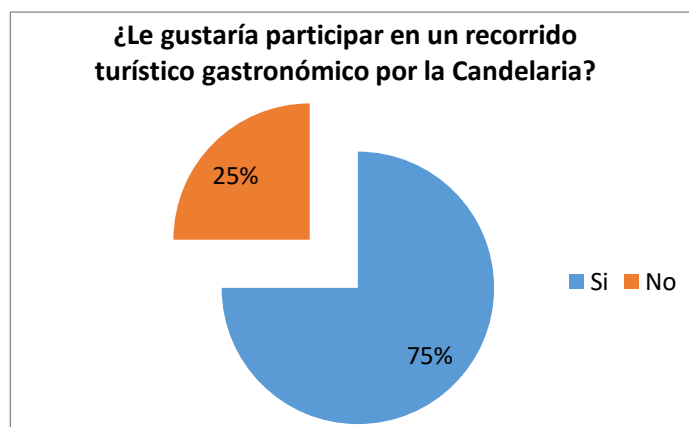


**Figura 23.** Pregunta N°6: ¿Con qué frecuencia usted participa en estos eventos? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 75% que indica nunca haber participado en estos eventos turísticos, en el trabajo de campo se evidencio que mucho viajeros al no tener conocimientos de estas actividades no tienen la intención de conocer o de participar, este grupo es muy interesante ya que se puede abrir la experiencia de participar en estas actividades con esta nueva propuesta de ruta gastronómica y así motivarlo a buscar más rutas similares a donde vaya a viajar; el desconocimiento seguramente se debe a que las agencias de viajes o los operadores turísticos no divulgan esta información de actividades que puede tener el viajero, por lo general siempre se da la información de lugares que son igual turísticos pero que son mucho más populares y no estos intereses gastronómicos que cada

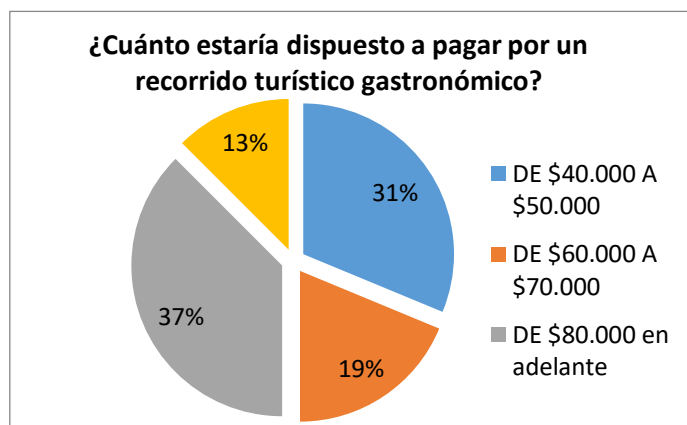


vez son más populares y necesarios dentro de un destino turístico. Por otro lado, está el 6% y el 19% que su rango de participación es de un mes a dos meses que participan en estas rutas gastronómicas, pero que dentro de estas rutas son muy tradicionales y no tiene nada de diferencia a otras rutas, pero de intereses totalmente diferentes, no ofrecen una experiencia o un punto diferenciador dentro de la misma.



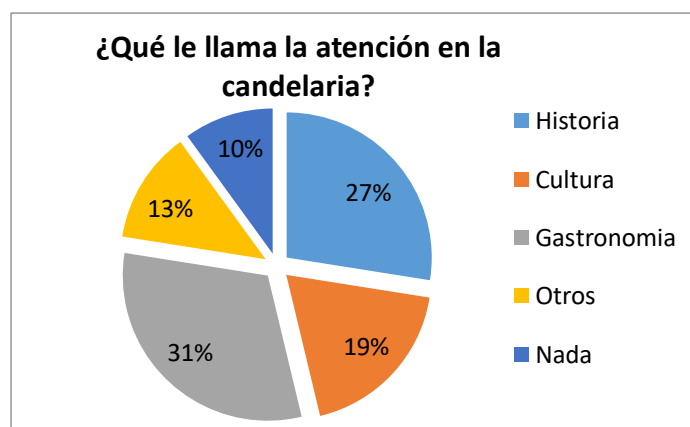
**Figura 24.** Pregunta N° 7: ¿Le gustaría participar en un recorrido turístico gastronómico por la Candelaria? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 75% que indica que si están interesados en una ruta gastronómica en la zona, esto es muy positivo para la investigación y para la propuesta ya que se refleja que hay un gran campo de trabajo, en donde, se puede ofrecer esta nueva forma de realizar turismo y que va a tener la acogida que se espera para poder llevar a cabo la divulgación de la cocina colombiana de una forma en realizar la tradición gastronómica de la cocina cundiboyacense, por otro lado un 25% de las personas expresaron que no están interesados en esta actividad, pero si tiene unas buenas referencias posiblemente su interés pueda inclinarse en participar es estas actividades.



**Figura 25.** Pregunta N°8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un recorrido turístico gastronómico. Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 31% indican que están dispuestos a pagar por una ruta turística gastronómica ente \$40.000 a \$50.000; otros valores que son de gran opción es de \$80.000 el 37% de las personas dicen que es un buen rango de valor para pagar por el servicio. Por otro lado el 19% de las personas indican que \$60.000 a \$70.000 pagarían por la actividad y el 13% de las personas dicen que \$40.000 y menos; los datos que están reflejados, ayuda a tener una idea de cuánto está dispuesto a pagar el viajero por un recorrido, durante este trabajo de campo se pudo evidenciar que el tipo de turista frecuenta la ciudad que es el tipo mochilero que solo viene a la ciudad por un día, se encontró muy poco turista que se queda por más de dos o tres días, por esa razón no destinan mucho dinero en estas actividades.



**Figura 26.** Pregunta N° 9: ¿Qué le llama la atención en la Candelaria? Autoría propia.

De acuerdo con las encuestas realizadas en el centro histórico de la Candelaria a los turistas que la visitan, se obtuvo un 31% están interesadas en la gastronomía; al igual que la historia que tiene un 27% de las personas y las demás opciones respondieron así: cultura 19% de las personas, otros intereses 13% de las personas y nada de interés 10% de las personas; estos factores que busca un turista en la ciudad son la historia y la gastronomía son los que el viajero está mucho más interesado esto ayuda a guiar la investigación ya que expresan los intereses más fuertes y frecuentes,

## **10.2. Perfil del turista**

En este trabajo se realizó 100 encuestas a los turistas que visitaban el centro histórico de la ciudad de Bogotá, en los rangos de edades de los 18 años en adelante, que su motivo de viaje es el ocio o el conocer, algunos son turistas nacionales e internacionales, esto con el fin de conocer los intereses que tiene el turista.

Con el análisis de estos resultados se busca tener una información concreta, eficaz, confiable y actualizada, para la mejora de los servicios turísticos que se presta en el sector turístico de la Candelaria; adicional tener información de un nivel socioeconómico que tiene el posible perfil del viajero que puede participar en la ruta gastronómica, con el fin de tener una buena participación esta ruta gastronómica está destinada a los turistas que vienen en familia, en pareja, amistades o solitarias, lo importante es que tenga un interés gastronómico, cultural que desee participar dentro de la actividad, esta información es sustentado ya que el 80% de los encuestados se encontraban en estas condiciones anteriormente mencionadas.

El turista interesado en una ruta a partir de la gastronomía tradicional de la región cundiboyacense tiene las siguientes características:

No se define segmento de edad ya que es una posibilidad para jóvenes, adultos y adultos mayores que visiten el centro histórico de la Candelaria, por la participación de una ruta gastronómica, que han consumido algún plato gastronómico dentro de la zona de la candelaria, además es un viajero que prefiere consumir un plato nacional que uno internacional.

Adicional que no ha escuchado hablar sobre una ruta gastronómica dentro del centro histórico de la Candelaria, por lo tanto, que no tenga mucha participación en estos eventos gastronómicos, le causa curiosidad poder hacer parte de una ruta gastronómica y de esta forma conocer de una nueva forma el lugar, adicional que estaría en disposición de pagar de \$40.000 hasta \$80.000 por

una ruta gastronómica, que sus intereses al visitar el lugar adicional de la gastronomía son en su mayoría son la historia y la cultura.

Como en el trabajo de campo se evidenció que los turistas que más frecuentan el lugar son mochileros, el turista debe estar en la ciudad de un día a una semana aproximadamente para que pueda disfrutar no solo de estas actividades si no de muchas más que puede ofrecer la ciudad, en el nivel socio demográfico se puede señalar que el turista puede participar en estas actividades con poca frecuencia es decir que un 75% que indica nunca haber participado en estos eventos turísticos, por otro lado está el 6% y el 19% que su rango de participación es de un mes a dos meses que participan en estas rutas gastronómicas.

Con el trabajo de campo se logra tener los datos suficientes para tener una caracterización del perfil del turista que va a hacer parte del recorrido gastronómico, al tener contacto con el turista se evidenció la verdadera necesidad de tener un producto turístico que abarque la gastronomía en el sector, sin importar el tipo de turismo sigue siendo una curiosidad que establecimientos pueden ofrecerle un servicio como este.

Teniendo un análisis completo de cada una de las respuestas del turista hay que tener en cuenta que no todos los turistas tienen la misma intención, es decir que no todos disponen de un tiempo largo para poder participar, algunos solo prefieren recorrer la ciudad sin tener un guía o un recorrido que le ayude a conocer la ciudad desde otro punto.

Tabla 3

*Característica del Turista*

<b>Variable geográfica</b>	
<b>Características</b>	<b>Variable</b>
País	Nacional o internacional
Departamento	Cualquiera
Ciudad	Cualquiera
<b>Variable demográfica</b>	
<b>características</b>	<b>Variable</b>
Edad	18 a 40 años
<b>Variable socioeconómica</b>	

características	Variable
Ingresos	\$800.000 a \$2.000.000
Ocupación	Profesional, estudiante, empleado, independiente
<b>Variable psicográfica/ conductual</b>	
características	Variable
Motivaciones	Gastronomía
gustos	Viajar, comer, conocer

**Nota:** Autoría propia.

## **11. Capítulo III - Diseñar una ruta turística gastronómica en el Centro histórico de la Candelaria**

En el mundo y en diferentes países, este tipo de rutas gastronómicas existen y tienen mucha demanda ya que los destinos han podido posicionar este tipo de turismo como parte de sus ofertas turísticas para el turista, por ejemplo:

En la ciudad de México existe una ruta gastronómica llamada El sabor de hoy (Ciudad de México), Encontrarás desde actividades puramente gastronómicas, como por ejemplo talleres de cocina, a la visita de atractivos turísticos de los estados, o la participación en procesos de elaboración de los típicos productos gastronómicos; recorre la más imponente capital y conoce las colonias de Coyoacán, Xochimilco, San Ángel, Condesa y Polanco. La Ciudad de México es el punto de encuentro de muchas naciones, la cuna de la cultura, el escenario y la expresión de las ocho artes, siendo la octava la gastronomía de la ciudad, en el Distrito Federal, podrás disfrutar de la más amplia gama gastronómica; las nuevas técnicas culinarias hacen de la Ciudad de México escenario de la cocina fusión y de la más espectacular expresión de vanguardia.

### **11.1. Zonas representativas**

- Polanco

#### **Actividades gastronómicas:**

Cocina tus alimentos en Casa Biko.

Jaso Menú de degustación.

- Roma Norte

#### **Actividades gastronómicas:**

Mercado el 100.

- Condesa

#### **Actividades gastronómicas:**

Cata y degustación en La Xampañería.

ToutChocolat.

- San Ángel

#### **Actividades gastronómicas:**

Taller Paxia.

- Xochimilco

#### **Actividades gastronómicas:**

Chinampas de Xochimilco.

Platillos principales

Sopes y quesadillas

Torta de Tamal

Tacos al Pastor

Por otro lado, tenemos otra ruta gastronómica, Son casi 500.000 kilómetros de rutas las que tiene la Argentina. Gracias a ellas se unen las regiones, las costumbres y los sabores. Una buena idea para armar un viaje es elegir un recorrido gastronómico. Por eso, siguiendo la pista de los aromas y los placeres de nuestras comidas típicas, la ruta más destacada de Argentina es: Palermo Food Tour.

#### **Itinerario**

Este es un itinerario habitual de este producto

**Para en:** Barrio Palermo, Buenos Aires Argentina

Nuestro guía le mostrará los mejores restaurantes de este barrio. Iremos a 4 restaurantes y probaremos más de 7 platos / bebidas diferentes para conocer lo mejor de la gastronomía argentina

**Duración:** 3 horas

**Pasa por:** Plaza Armenia, Calle Armenia 1901- perímetro Costa Rica, Nicaragua y Malabia- Barrio Palermo Viejo, Buenos Aires C1414DKO Argentina

Este hermoso parque sirve nuestro recorrido como el punto de inflexión entre el moderno Palermo Soho y el tradicional Palermo Viejo.

Otro ejemplo de ruta gastronómica es en España, Una cocina moderna, mediterránea y bien presentada caracteriza a una ciudad que cuenta con algunos de los mejores cocineros del país, El buen comer es sinónimo del País Vasco y para descubrir los secretos culinarios de esta región puedes disfrutar de la Ruta del pescado que comienza en la localidad de Zierbena, un bonito rincón de la costa cantábrica y es precisamente en el puerto de la ciudad donde encontrarás infinidad de bares y restaurantes que invitan a degustar los mejores platos a base de mariscos. Esta ruta continúa visitando varias localidades costeras como Santurtzi, Bilbao, Bermeo y Ondarroa y en cada una de ellas encontrarás platos típicos como el bacalao a la Vizcaína, las sardinas asadas y el guiso a base de bonito conocido popularmente como “marmitako”. Si cuentas con un par de días puedes añadir a la ruta del pescado las localidades de Mutrika hasta San Sebastián, con paradas en Bergara y Getaria.

En este trabajo es proponer una ruta turística en donde el viajero tenga una serie de actividades culinarias tradicionales de la cocina cundiboyacense en donde el turista tenga una experiencia única, motivadora en la Candelaria; aquí la idea es poder jugar con las herramientas que se tiene para implementar una serie de actividades didácticas y llenas de cultura e historia para que el viajero pueda tener toda la información de interés dentro de la ruta.

En medio de las actividades que se van a realizar se conocerá la historias de cada uno de los platos más típicos cundiboyacense, que compone cada uno, como se realiza; a continuación, se expondrá una síntesis de los establecimientos gastronómicos que son participes en la ruta gastronómica, esto con el fin de resaltar y completar el recorrido disfrutando algo de todo lo que conlleva cada participante de la ruta, desde el plato hasta el espacio que se va a compartir.

Para el desarrollo de esta ruta, para definir los puntos de encuentro, el inicio y el final de esta, se tuvo en cuenta su cercanía entre cada una de ellas, la costumbre alimentaria que tiene un colombiano, es decir, el desayuno las medias nueves, almuerzo, por eso se degustará dos de estos puntos.

Después de tener el trabajo de campo se evidenció que el tiempo que debe tener una ruta de este estilo debe ser de 5 a 6 horas para que el turista tenga el interés de participar y no tener inconvenientes de permanencia u otras actividades programadas, por eso fue una variable importante para el diseño de la ruta gastronómica, el recorrido que se va a tener dentro de la zona.



## 11.2. Establecimientos gastronómicos

Los establecimientos gastronómicos que se van a trabajar en esta sección son los que están prestando los servicios que tienen como fin la investigación de este trabajo, prestan la cocina típica y tradicional de Colombia.

Tabla 4

### *Establecimientos gastronómicos*

<b>Nombre del restaurante</b>	<b>Síntesis</b>
<b>Mercado de la Concordia</b>	La Plaza Distrital de La Concordia fundada en 1933, es una de las cuatro plazas declaradas patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de Bogotá; Fue declarada bien de interés cultural en 1994, valor patrimonial que se encuentra presente en su bella arquitectura, en la gente que trabaja allí y en su cultura popular.
<b>La puerta falsa</b>	Es un restaurante de tradición que tiene más de un siglo de trayectoria. Se encuentra ubicado en una casona antigua, con arquitectura típica del Barrio La Candelaria, que permite recordar tiempos pasados. Sus instalaciones no son grandes, constan de dos pisos, en el primer piso además de la zona de mesas, hay un mostrador en donde se aprecian preparaciones como cocadas que se ofrecen a los visitantes, en el segundo piso hay mesas de madera que van de acuerdo con la decoración del lugar, donde se puede disfrutar de su oferta gastronómica.
<b>Restaurante hotel opera</b>	Al lado del Teatro Colón, frente al Palacio de San Carlos, en el corazón del centro político, cultural, universitario y religioso de la ciudad. Después de haber sido caballeriza en época colonial, seminario en el siglo XIX, casa privada y sede jurídica de una Universidad después del 9 de abril, en las últimas décadas las dos casas se habían convertido, hacia dentro, en un inquilinato y hacia la calle, en almacenes de artículos religiosos, tiendas y bodegas de libros.
<b>Prudencia</b>	Los propietarios y esposos, Mario Rosero y Meghan Flanigan, se conocieron y se enamoraron a pocas cuadras de Prudencia. Vivieron en Los Estados Unidos algunos años mientras terminaban sus estudios en culinaria y arte contemporáneo, respectivamente. Regresaron a Bogotá con un bebe en camino y el sueño de abrir un restaurante en su viejo vecindario. Están muy emocionados por abrir sus puertas y su deseo es que todos los visitantes se sientan en casa.
<b>Casa la vieja</b>	Es un restaurante de mucha tradición, no sólo lo dicen sus años de abierto, cincuenta, también su menú que aún conserva recetas originales de la época cuando su primer dueño quiso honrar la comida típica colombiana abriendo un restaurante donde los platos que se comen en distintos rincones del país se elaboraran con ingredientes de excelente calidad, y se sirvieran con la mayor elegancia, en comedores adornados con antigüedades.
<b>Fulanitos del centro</b>	Este restaurante es la feliz culminación de una investigación paciente que condujo al rescate de cientos de recetas de la memoria de viejitas de pueblos veredas y caseríos a lo largo y ancho de la rica geografía gastronómica de Colombia. Allí ofrecen los variados y exquisitos sabores de la cocina vallecaucana como un sancocho de gallina o unas chuletas de cerdo en medio de un ambiente familiar y a su vez artístico, pues se halla decorado con obras de reconocidos artistas como Manzur, Caballero, Saturnino y Guayasamin entre otros.
<b>Restaurante El Son de Los Grillos</b>	El Restaurante El Son de Los Grillos es uno de los restaurantes más antiguos de la candelaria. Con una bella decoración clásica, fusiona comida

internacional y el tradicional ajíaco santafereño. Con música antigua y de época y conciertos en vivo de cámara, el comensal se transporta en un viaje a través del tiempo. El Restaurante El Son de Los Grillos es uno de los restaurantes más antiguos de la candelaria. Con una bella decoración clásica, fusiona comida internacional y el tradicional ajíaco santafereño. Con música antigua y de época y conciertos en vivo de cámara, el comensal se transporta en un viaje a través del tiempo.

**Nota:** Autoría propia.

## Diseño de la ruta gastronómica

### Mapa del recorrido



**Figura 27.** Mapa de la ruta. Autoría propia. (2020)

El recorrido fue pensado e ilustrado de manera que al turista le sea fácil la interpretación de los lugares que se van a visitar, donde puedan consumir diferentes platos típicos en establecimientos que permanezcan con su fachada o tema colonial, ofreciendo al viajero una experiencia más cercana a la tradición colombiana, en medio de las visitas se le informará al turista algunos datos curiosos de cada lugar, se realizará una actividad fotográfica que está previamente preparado, la idea es que el turista tenga unas horas completamente diferentes en donde pueda compartir o socializar con los empleados de cada sitio, incluso con los mismos integrantes del grupo.

### 11.3. Itinerario

Tabla 5

*Itinerario*

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	PLATOS
08:00 am	Restaurante La Puerta Falsa Cl. 11 #6-50	Punto de encuentro, presentación del personal a cargo y recomendaciones	Ninguno
08:30 am	Restaurante La Puerta Falsa Cl. 11 #6-50	Desayuno se realiza una degustación del típico desayuno santafereño.	Se realiza la degustación de un chocolate santafereño acompañado de pan o queso doble crema, huevos según el gusto, acompañado de arroz; por otra opción tamal tradicional acompañado de chocolate y pan
09:30 am	Restaurante La Puerta Falsa Cl. 11 #6-50	Se da inicio al recorrido, con una reseña histórica del restaurante y parte de la historia colombiana a cargo de un funcionario del lugar	No aplica
10:00 am	Hotel opera Cl. 10 #5-72	Se empieza el recorrido en camino a restaurante hotel opera la Cl. 10 #5-72	No aplica
10:30 am	Hotel opera Cl. 10 #5-72	Se da una breve historia sobre el lugar y su alrededor, se da una explicación de los platos que se pueden consumir en el lugar	No aplica
10:50 am	Restaurante Fulanitos del centro Cara. 3 #8 61	Se empieza el recorrido hacia el restaurante fulanitos del centro	No aplica
11:00 am	Restaurante Fulanitos del centro Cara. 3 #8 61	Se da una breve historia sobre el lugar y su alrededor, se da una explicación de los platos que se pueden consumir en el lugar, se da un espacio para que el turista pueda consumir unas onces	Se muestra la carta de postres
12:00 pm	Restaurante Prudencia cra 2 #11 34	Se inicia el recorrido hacia el restaurante prudencia cra 2 #11 34, se realiza una actividad dinámica gastronómica	No aplica
1:30 pm	Restaurante Prudencia cra 2 #11 34	Almuerzo se realiza una muestra gastronómica en el hotel, se muestra la carta el turista	Cazuela De Mariscos, Pescado De Temporada Frito
2:30 pm	Mercado la Concordia cll 14 #1 40	Se realiza la muestra de la variedad de alimentos que están en venta en el lugar, y una charla histórica del lugar y su desarrollo, se explica la historia de la bebida tradicional, la chicha	Se da un espacio para que el turista pueda consumir la bebida tradicional que es la chicha

3:00 pm	Casa la vieja CII 13 #3 57	Se inicia el recorrido hacia el restaurante prudencia cra 2 #11 34, se realiza una actividad dinámica gastronómica	No aplica
3:40 pm	Casa la vieja CII 13 #3 57	Se finaliza el recorrido con una degustación de onces santafereñas dentro del restaurante	Se demuestra la carta del restaurante para que el viajero pueda consumir

Nota: Autoría propia.

- **Incluye:**
  - ✓ Alimentación
  - ✓ Guia
  - ✓ Tarjeta de asistencia
- **No Incluye**
  - ✓ Transporte
  - ✓ Alojamiento
  - ✓ Cursos extras
  - ✓ Alimentos extras
  - ✓ Servicios no especificados

#### 11.4. Recomendaciones

- Si sufre de problemas respiratorios o cardiacos por favor informar al personal a cargo y tome su espacio debido para realizar pausas en medio del recorrido
- Es importante que utilice ropa cómoda
- Tener de reserva chaqueta, abrigos, sombrilla ya que hay cambio de climas inesperados
- Tener a mano bloqueador, cachucha en caso de exposición al sol
- Tener un morral liviano para que tenga las manos libres
- Tener precaución al caminar, cruzar calles donde haya frecuencia de carros
- Absténgase en dejar en evidencia sus objetos personales por la seguridad de todos, no se hace responsable por la pérdida de estos.
- Mantener la distancia de dos metros entre cada persona, utilizar obligatoriamente tapabocas N95, cargar gen antibacterial y/o alcohol, no tener contacto con personas extrañas

## 11.5. Presupuestogeneral

Tabla 6

*Presupuesto*

<b>Precio de la ruta gastronómica</b>				
Número de personas	\$ 10	\$ 20	\$ 30	\$ 40
Guía turístico	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
<b>Valor por persona</b>				
Guía turístico por persona	\$ 7.000	\$ 3.500	\$ 2.333	\$ 1.750
Desayuno	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Refrigerio	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Almuerzo	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Refrigerio	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Seguro de viaje	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Otros	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
<b>Costo TOTAL POR PERSONA</b>	\$ 78.000	\$ 74.500	\$ 73.333	\$ 72.750
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
Valor al publico	\$ 86.667	\$ 82.778	\$ 81.481	\$ 80.833
Utilidad por persona	\$ 8.667	\$ 8.278	\$ 8.148	\$ 8.083
Utilidad total	\$ 86.667	\$ 165.556	\$ 244.444	\$ 323.333
Iva 19%	\$ 16.467	\$ 15.728	\$ 15.481	\$ 15.358
<b>Precio de venta</b>	\$ 103.133	\$ 98.506	\$ 96.963	\$ 96.192
<b>Precio venta al catalogo</b>	\$ 104.000	\$ 99.000	\$ 97.000	\$ 97.000

Nota: Autoría propia.

Para este presupuesto se tomó en cuenta el gasto que se va a tener en cada lugar, teniendo en cuenta que para todos los casos se va a ofrecer dos tipos de menú para que todos tenga la

oportunidad de escoger, se tomaron en cuenta los valores mayores y de esta forma realizar el presupuesto, por ejemplo:

- ✓ La puerta falsa:
  - Tamal: \$7.500
  - Chocolate con pan \$5.000
  - Huevos al gusto: \$7.000
  - Chocolate con pan: \$5.000
- ✓ Restaurante Hotel opera:
  - Cazuela de mariscos: \$23.000
  - Pes de temporada frito: \$43.000
  - Frijoleada paisa: \$33.000
- ✓ Plaza de mercado la concordia:
  - Botella de chicha: \$15.000

De acuerdo al cuadro anterior se va a tener en contratación una persona que apoye la gestión de guía para los turistas, el cual es una persona que tiene experiencia en el manejo de grupo de personas, tiene manejo de eventualidades de emergencia, eso quiere decir que debe tener cursos actualizado de primeros auxilios, manejo total de un segundo idioma (inglés) para poder tener comunicación asertiva con el turista, debe tener experiencia y aptitudes en recreación a grupo de personas, posee habilidades de orientación dentro de la ciudad, es decir que es una persona que posee experiencia en recorridos en la zona, que transmita información veraz de la parte histórica de cada sitio que se va a visitar, se encargará de controlar y velar por el cumplimiento del itinerario estipulado así mismo garantizará la seguridad del grupo.

A demás el guía se hace responsable de sus gastos legales puesto que tendrá un contrato por servicios, debido a que “es un valor neto que finalmente no termina siendo la utilidad completa para el trabajador, pues debe pagar la seguridad social por su propia cuenta, sobre el 40% del salario; no tiene prima de servicios, ni cesantías ni vacaciones” (Cuervo, s.f).

### **11.6. Medios de divulgación**

Para la ruta se va a utilizar los medios electrónicos como redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) como portadores de voz, en donde se implementará la voz a voz con los asistentes de la ruta gastronómica, por medio también de los establecimientos gastronómicos que son participes.

Además de realizar el manejo de la publicidad en folletos en donde se encuentra toda la información de la ruta turística, el recorrido que se va a realizar, costos, beneficios, números de contacto, correo electrónico, recomendaciones generales para la actividad.

## 12. Conclusiones

Recopilando la información sobre la ruta gastronómica en donde se evidencia el interés que tiene el viajero de participar en una ruta gastronómica en donde pueda tener una mejor experiencia y pueda tener una participación activa en el rescate de la tradición cundiboyacense.

Primero es identificar los establecimientos que ofertan gastronomía tradicional cundiboyacense en el centro histórico de la Candelaria, se establecen nueve establecimientos que cumplen con la característica principal es poder ofrecer al turista una tradición y que pueda conocer la cocina de la región cundiboyacense, la idea es que el viajero pueda sentir en todo momento la cocina de una forma que pueda recordar siempre y pueda recomendar a otros posibles clientes que puedan participar.

Por otra parte, el perfil del turista potencial interesado en la ruta gastronómica en el centro histórico de la candelaria, son todas las personas que quieran y deseen estar dentro de la ruta gastronómica, es decir, la familia no hay límite de edad, que sus intereses de viaje estén entre la historia, la gastronomía y la cultura, que no tengan ninguna participación en eventos por el estilo, que deseen consumir un plato nacional en el sector.

Por último, se diseña una ruta turística gastronómica en el Centro histórico de la Candelaria, hacer un recorrido en donde el viajero puede consumir todo tipo de plato tradicional cundiboyacense, restaurantes entre los cuales están los más populares y los tradicionales, la idea es que el viajero pueda disfrutar un ambiente típico de la región cundiboyacense, la candelaria es una localidad que ofrece al viajero muchos lugares turísticos, la ruta está pensada en donde pueda recorrer todo el sector, es decir, que al caminar pueda conocer gran parte del centro histórico.



### **13. Recomendaciones**

Se resalta que esta ruta gastronómica está pensada con el fin de potencializar el sector gastronómico cundiboyacense además de los platos originados en dicha región.

Para tener una buena acogida del turista, rentabilidad, buen servicio y mantener las características que se recalcan en la investigación se recomienda:

Establecer estrategias de mercadeo y publicidad, para que la información llegue a toda la demanda turística que visita el sector histórico de la candelaria.

Mantener las características esenciales para que la experiencia del viajero sea inédita y llene las expectativas del turista.

Se recomienda además que los operadores turísticos que integren esta ruta gastronómica a su demanda turística, pero manteniendo su estructura principal para que su rentabilidad mejore y su la imagen del operador turístico se posicione de la mejor forma.

## 14. Referencias

- Acerenza, M.A. (1985). *Planificación estratégica del turismo: Esquema metodológico. Estudios turísticos*, (pp.47-70). España.
- Acerenza, M.A. (2006), *Conceptualización y evolución del turismo*. México. Trillas
- Procolomba. (2007). Recorre el Barrio La Candelaria. (pág. 25). Recuperado de <http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/documentos/17%20Localidad%20de%20La%20Candelaria.pdf>
- Álvarez, T. (2013). La planificación turística: un aspecto clave para el desarrollo sostenible y regional de Boyacá. *Revista de investigación para el desarrollo y la innovación puente*. Recuperado de [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion\\_duitama/article/view/2169](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/2169)
- Arriola, A. (2006). Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local, *revista cultural*. Recuperado de [http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_20\\_1\\_lasrutas-gastronomicas-como-estrategia-de-desarrollo-turistico-local.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_20_1_lasrutas-gastronomicas-como-estrategia-de-desarrollo-turistico-local.pdf).
- Arias, F. (1999). *Introducción a la metodología de la investigación en ciencias de la administración u el comportamiento*, México, Trillas. Recuperado de <http://biblio.upmx.mx/library/index.php/24601>
- Banks. (1995).. *La fotografía como herramienta en la investigación exploratoria de un fenómeno social*. Recuperado de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldf/jimenez\\_r\\_mc/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo3.pdf)
- Barrera, E. (1999). *Curso de Turismo Rural dictado en Santiago de Chile*. El trabajo en taller de los participantes produjo varias rutas temáticas, entre ellas la Ruta Gastronómica del *Curanto*, Chile, LADEVI. Recuperado de <https://docplayer.es/25820726-Las-rutas-gastronomicas-una-estrategia-de-desarrollo-rural-integrado.html>

Berard, L., Marchenay, P. & Casabianca, F. (2008). *Savoirs, terroirs, produits: un patrimoine biologique et culturel*. Actes du colloque international de restitution des travaux de recherche sur les indications et appellations d'origine géographique, París, CST (Eds.)  
Recuperado de <https://hal.inrae.fr/hal-02754781/document>

Bernal, C.A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Pearson educación.  
Tomado de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Boullón, R.C. (2006). *Planificación del espacio turístico*, México. Trillas. Recuperado de <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico robertoc.boullon.pdf>

Bunge, M. (2007). *La investigación científica*. México, Siglo XXI. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=iDjRhR82JHYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Castillo, M., Tamayo A.S. (2014): *Entorno del Turismo y Gastronomía: sociedad y humanismo*, Universidad Autónoma del Estado de México, México. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/40390>

Crotts, J., Kivela, J. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination in Journal of Hospitality & Tourism Research*, Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>.

Curien, J.E. (1755-1826). *Turismo gastronómico y enológico*, Madrid, España, DYKINSON.

Diez, D. (2011). *La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas*. Investigaciones turísticas. Tomado de <https://investigacionesturisticas.ua.es/article/view/2011-n1-la-planificacion-estrategica-en-espacios-turisticos-de-interior-claves-para-el-diseno-y-formulacion-de-estrategias-competitivas>

Fox, R. (2007). *Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destination*, *International Journal of Hospitality Management*. International Journal of Hospitality Management

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2003). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. *Metodología de investigación*, quinta edición, Educación, México. Recuperado de [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.5334/ev.5334.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5334/ev.5334.pdf)

Guzmán, A., Castro, A., López, C. & Martines, V. (2001). La percepción de los turistas hacia la oferta hotelera, restaurantera y transporte turístico de Tabasco, México. Recuperado de [https://aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012\\_CAP3.pdf](https://aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012_CAP3.pdf)

Hernández, P. (1991). *Planificación turística. Un enfoque metodológico*. México. Trillaa.

Icomos. (1976). Carta del Turismo Cultural de 1976. Recuperado de [https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion\\_migracion/Cuaderno/1233923470073\\_ph14.carlos\\_romero.pdf](https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/1233923470073_ph14.carlos_romero.pdf)

Ivars, J. (2003). Planificación de los espacios regionales en España, Madrid España. Síntesis. Recuperado de [https://www.google.com/search?q=Ivars+\(2003\)%2C+Planificaci%C3%B3n+de+los+espacios+regionales+en+Espa%C3%B1a&rlz=1C1SQJL\\_enCO897CO897&oq=Ivars+\(2003\)%2C+Planificaci%C3%B3n+de+los+espacios+regionales+en+Espa%C3%B1a&aqs=chrome..69i57.812j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Ivars+(2003)%2C+Planificaci%C3%B3n+de+los+espacios+regionales+en+Espa%C3%B1a&rlz=1C1SQJL_enCO897CO897&oq=Ivars+(2003)%2C+Planificaci%C3%B3n+de+los+espacios+regionales+en+Espa%C3%B1a&aqs=chrome..69i57.812j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Jeambey, Z. (2016). Rutas gastronómicas y desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural. Recuperado de [http://pasosonline.org/Publicados/14516/PS516\\_09.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_09.pdf)

Ley 1558 (2012). Importancia y principios de la actividad turística. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,atractivos%20tur%C3%ADsticos%20nacionales%2C%20resguardando%20el>

López, T., Jesús, M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. una aproximación a las rutas culinarias. Algarve, Portugal. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867083.pdf>

Maldonado. (2002). *Diccionario de español para extranjeros: con el español que se habla hoy en España y América Latina*

Millán, M.G., Agudo, E. (2010). “El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88112836008.pdf>

Min. Cultura. (2016). Plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018. Bogotá. Recuperado de [https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/POLITICAS\\_PUBLICAS\\_1.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_1.PDF)

Morillo, M. (2010). Turismo y producto turístico, evolución, conceptos, componentes y clasificación. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

OMT. (2005, 2007). Barómetro OMT del Turismo Mundial, vol. 3. Recuperado de <https://www.eunwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2007.5.3.1?journalCode=wtobarometeresp>

Osorio, M. (2006). La planificación turística, enfoques y modelos. Quivera. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>

Puente, E.D. Pérez, C.A. Solís, C.I. (2011), *Capacidad de carga en senderos turísticos del centro de la cultura para la conservación. Piedra Herrada, México*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40119956005.pdf>

Ricaurte, C.V. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Quito, Ecuador. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>

Rodríguez, M. V. (2000). Diseño de rutas y metodología, EUMED, Recuperado de [http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/el\\_diseno\\_de\\_ruta\\_y\\_metodologia\\_a\\_seguir.html](http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/el_diseno_de_ruta_y_metodologia_a_seguir.html)

Schlüter, R., Thiel, D. (2006). Turismo y patrimonio gastronómico – Una perspectiva. Buenos Aires, Argentina. CIET. Recuperado de <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2551>

Secretaria De Turismo. (2015). Por el cual se crea el sector administrativo de turismo, la secretaria distrital de turismo de Bogotá y se crea la empresa comercial de promoción turística vinculada a la secretaria distrital de turismo de Bogotá y, se dictan otras disposiciones. Recuperado de, <http://concejodebogota.gov.co/secretaria-de-turismo-se-creara-con-proyecto-de-acuerdo-desde-el-concejo/cbogota/2015-08-12/082529.php>

Semana. (2018). El gran momento de la cocina colombiana, *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/cultura/articulo/comida-en-colombia-mejores-platos-y-chefs/552410>

Vergopolus, H. (2016). La experiencia turística: ¿una experiencia de los ámbitos de experiencia turística? Recuperado de <https://journals.openedition.org/viatourism/1357>

## 15. Anexos

### 15.1 Anexos

#### Encuesta



TRABAJO DE CAMPO PARA EL TRABAJO DE GRADO

RUTA GASTRONOMICA EN LA CANDELARIA  
ENCUESTA PARA EL TURISTA

NACIONALIDAD \_\_\_\_\_  
PROFESIÓN \_\_\_\_\_

ESTA ENTREVISTA ES CON FINES UNIVERSITARIOS, EN DONDE SE REQUIERE OBTENER INFORMACION PARA REALIZAR UN RECORRIDO GASTRONOMICO EN LA CANDELARIA, LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA SERÁ UTILIZADA SOLO CON FINES ACADÉMICOS

1) ¿Qué edad tiene?

De 18 a 25 años

De 26 a 40 años

Mayor de 40 años

2) ¿Usted ha consumido algún plato nacional en un restaurante de la zona?

si

no

3) Si usted ingresa a un establecimiento gastronómico donde ofrecen platos internacionales y nacionales ¿cual prefiere?

Nacional

internacional

4) ¿Ha escuchado hablar sobre un recorrido turístico gastronómico en la Candelaria?

si

no

5) ¿Ha participado de algún recorrido turístico gastronómico?

si

no

6) ¿Con que frecuencia usted participa en estos eventos?

nunca

un mes

dos meses

7) ¿Le gustaria participar en un recorrido turístico gastronómico por la Candelaria?

si

no

8) ¿Cuanto estaria dispuesto a pagar por un recorrido turístico gastronómico?

A DE \$40.000 A \$50.000

B DE \$60.000 A \$70.000

C DE \$80.000 en adelante

D Menos de \$40.000

9) ¿Qué le llama la atención en la Candelaria?

A Historia

B cultura

C gastronomía

D otros

E nada