

**Propuesta de desarrollo turístico a partir de la tradición del bocadillo en el municipio de  
Moniquirá Boyacá**

Jhony Santiago Bayona Cardona

Andrés Camilo Delgado Sánchez

Lizeth Jhoanna Melo Rodríguez

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2020

**Propuesta de desarrollo turístico a partir de la tradición del bocadillo en el municipio de  
Moniquirá Boyacá**

Jhony Santiago Bayona Cardona

Andrés Camilo Delgado Sánchez

Lizeth Jhoanna Melo Rodríguez

Director

Alvelayis Nieto Mejía

Trabajo de grado para optar al título en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2020

## **Agradecimientos**

A mis padres por ser los autores principales en apoyarme durante el transcurso de mi carrera, a mis compañeros de estudio por brindarme el apoyo necesario para culminarlo y compartir tantos momentos tan especiales, a mi compañera Lizeth Melo y Andrés Delgado que siempre han estado apoyándome y por último a Dios quien me estuvo brindando la fortaleza y la paciencia necesaria para ser de este un logro más en mi vida.

Jhony Santiago Bayona Cardona.

Dedico este proyecto a Dios, a mi familia, a mis docentes a mis compañeros de tesis, con quien no solo hice este trabajo de grado sino todo mi proceso profesional. Gracias a su apoyo, compañerismo, dedicación hoy es posible alcanzar una nueva meta.

Lizeth Johanna Melo Rodríguez.

Dedico esta tesis a mi familia por ser mi sustento, mi fuerza y mi motor para avanzar en mi formación profesional; quienes siempre me han apoyado de manera incondicional. Y de una manera muy especial dedico todo este esfuerzo a mis compañeros por ser mis guías; durante todo el proceso de mi vida Universitaria.

Andrés Camilo Sánchez Delgado.

## **Dedicatoria**

Hoy, gracias a la dedicación, esfuerzo y sacrificio es posible entregar un excelente proyecto, donde se ve reflejado la enseñanza, las experiencias, el nivel investigativo y conocimiento adquirido en nuestra carrera y trabajo de grado. Deseamos agradecer a todas aquellas personas que creyeron en nuestro proyecto de una Ruta Turística del Bocadillo en Monquirá a pesar de no tener los conocimientos a fondo y precisos para la creación de una ruta, en aspectos de guianza, elaboración, fabricación y procesamiento. De igual forma, agradecemos el apoyo brindado por muchas personas del municipio y de nuestra carrera. En primer lugar, a nuestra familia por el gran esfuerzo que hacen día a día para ofrecernos lo mejor. Gracias por su paciencia y su cariño. A nuestro tutor de tesis, Mauricio León, por confiar, guiarnos, enseñarnos y ayudarnos a salir adelante con este proyecto. Gracias por ser tan estricto. A nuestros docentes y amigos que estuvieron presentes en este proceso, sin su apoyo nada hubiera sido igual. Finalmente, a Dios, quien nos permite que todo sea posible con don y sabiduría para que nuestras mentes y corazones puedan tener el conocimiento y la inteligencia y que día a día seamos más grandes y exitosos y seamos las personas que somos.

## Resumen

La ruta turística del bocadillo en Moniquirá, es una idea a implementar para el reconocimiento y desarrollo en el municipio con el fin de transformar los conocimientos en beneficios tales como la elaboración y fabricación del bocadillo mostrando el trabajo y desempeño de los agricultores y cultivadores de la guayaba, diseños y presentaciones que ayude a ampliar la mayor afluencia de turistas y darle al municipio el valor significativo a nivel nacional e internacional.

Se debe reconocer a todos los trabajadores de esta industria que ha identificado a la región de Moniquirá por constituirse en los sostenedores de un proyecto, generador de empleo y economía sostenida de un producto de reconocimiento nacional, este municipio cuenta con todo un potencial de productos y fábricas en funcionamiento donde su característica principal es la elaboración y fabricación del bocadillo y el principal componente es la necesidad del turista de explorar un nuevo conocimiento.

Para Moniquirá, la fabricación de bocadillo se ha constituido en la principal y única industria que atiende el turismo en sus propios establecimientos y comercia a nivel nacional el producto, hay que resaltar que todo el colectivo de fábricas de bocadillo en Moniquirá, genera unos 200 empleos directos y otros de carácter indirecto en faenas de recolectores o cosecheros de guayaba, transportadores de la materia prima, cargueros e intermediarios de venta.

*Palabras clave:* Bocadillo, ruta turística, distribuidores, turistas, agricultores, guayaba, desarrollo, agroturismo, turismo rural, fábricas de bocadillo, cultura, agricultura, cultivos, recorridos guiados, turismo.

## **Abstract**

The tourist route of the Bocado in Moniquirá, it's an idea to implement for the recognition and development in the municipality in order to transform knowledge into benefits such as the preparation and manufacture of the sandwich showing the work and performance of the farmers and growers of the guava, designs and presentations that help expand the largest influx of tourists and give the municipality significant national and international value.

All workers in this industry who have identified the Moniquirá region should be recognized as becoming the holders of a project, generator of employment and sustained economy of a nationally recognized product, this municipality with all its potential of products and factories in operation where its main characteristic is the elaboration and manufacture of the sandwich and the main component is the need of the tourist to explore a new knowledge.

For Moniquirá, Bocado manufacturing has become the main and only industry that serves tourism in its own establishments and trades the product nationwide, it should be noted that the entire collective of sandwich factories in Moniquirá, generates about 200 direct and other indirect jobs in works of guava pickers or harvesters, raw material transporters, freighters and sales intermediaries.

*Keywords:* Snack, tourist route, distributors, tourists, farmers, guava, development, agrotourism, rural tourism, sandwich factories, culture, agriculture, crops, guided tours, tourism.

## Tabla de contenidos

Introducción.....	14
Justificación.....	16
1. Marcos de referencia.....	18
1.1 Marco teórico.....	18
1.1.1 Turismo.....	18
1.1.2 Turismo en Colombia.....	19
1.1.3 Turismo en Moniquirá Boyacá.....	19
1.1.4 Agroturismo y turismo gastronómico.....	21
1.1.5 Producto turístico.....	23
1.1.5.1 Control de calidad en producción de la planta de bocadillo de guayaba.....	27
1.1.5.2 Proceso en la elaboración del bocadillo.....	28
1.2 Marco conceptual.....	33
1.2.1 Turismo.....	34
1.2.2 Producto turístico.....	34
1.2.3 Agroturismo.....	34
1.2.4 Turismo gastronómico.....	35
1.2.5 Ruta turística.....	35
1.2.6 Recurso.....	35
1.2.7 Recurso turístico.....	36
1.2.8 Accesibilidad.....	36
1.2.9 La guayaba.....	36
1.2.9.1 Conserva.....	37
1.2.9.2 El bocadillo de guayaba.....	37
1.2.9.3 Tumes.....	38
1.2.9.4 Espejuelo.....	38
1.3. Marco geográfico.....	38
1.3.1 Geografía.....	39
1.3.2 Límites del municipio.....	40
1.4 Marco histórico.....	41
1.5. Marco legal.....	46

1.5.1 Constitución política de Colombia.....	46
1.5.2 Ley 300 de 1996.....	47
1.5.3 Ley 1558 de 2012.....	48
1.5.4 Plan sectorial de turismo “por un turismo que construye país” 2018-2022.....	49
1.5.5 Plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018.....	50
1.5.6 Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 001-1.....	50
1.5.7 Alcance.....	51
1.5.8 NTC 5856 de 2011.....	51
1.5.8.1 Las buenas prácticas de manufactura.....	51
1.5.9 Plan municipal de desarrollo Moniquirá.....	53
1.5.10 Un cambio para una Moniquirá que se compromete con el desarrollo rural con enfoque territorial.....	54
1.5.11 Política de competitividad turística.....	55
2. Planteamiento del problema.....	56
2.1 Pregunta de investigación.....	57
3. Objetivos.....	58
3.1. Objetivo general.....	58
3.2 Objetivos específicos.....	58
4. Metodología de investigación.....	59
4.1 Técnicas de investigación.....	61
4.1.1 La observación en la investigación.....	61
4.1.2 La entrevista.....	61
4.1.3 Instrumentos de investigación.....	62
5. Capítulo 1 Inventarios turístico del destino.....	66
5.1 Inventario de atractivos naturales.....	67
5.1.1 Fichas técnicas de inventario en atractivos naturales.....	68
5.2 Inventario de atractivos culturales.....	75
5.2.1 Fichas técnicas de inventario en atractivos naturales.....	76
5.3 Listado de fábricas del bocadillo en Moniquirá.....	83
5.4 Finca de cultivo de guayaba.....	87

5.5 Superestructura turística .....	88
6. Capítulo 2 .....	92
6.1 Características de la demanda turística de Moniquirá aplicando instrumentos de recolección de información. ....	92
6.2 Tabulación y análisis de las encuestas.....	93
6.2.1 Preguntas de aspectos sociodemográficos. ....	93
6.3 Perfil del turista .....	107
7. Capítulo 3. Diseño y elaboración de la propuesta de ruta del bocadillo en el municipio de Moniquirá.....	110
7.1 Ruta turística.....	110
7.2 Diseño de la ruta turística .....	115
7.2.1 Determinación de recursos y locaciones para el desarrollo de la ruta. ....	118
7.2.2 Itinerario. ....	130
7.2.3 Mapas integradores de la ruta.....	135
7.2.4 Relación del diseño de ruta con las encuestas aplicadas. ....	137
7.3 Servicios incluidos en la ruta.....	137
7.4 Costos del itinerario diseñado.....	140
7.5 Distribución y publicidad .....	142
Conclusiones.....	147
Recomendaciones .....	149
Referencias .....	151
11. Anexos.....	158
11.1 Anexo 1 Formato inventario de fábricas de bocadillo.....	158
11.2 Anexo 2 Encuesta: perfil de turista.....	160

## Lista de figuras

Figura 1. La Modelo de Kotler, producto esperado. ....	25
Figura 2. División de zonas en las plantas de bocadillo. Control de calidad Resolución 149641-01 (2012 p. 01). ....	27
Figura 3. Vista superior de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012). ....	27
Figura 4. Perspectiva general de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012). ....	28
Figura 5. Segunda vista superior de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012). ....	28
Figura 6. Flujograma de procesos generales a tener en cuenta en la elaboración del bocadillo, acuerdo a la Resolución 149641-01. S.a (2012 s.p). ....	33
Figura 7. Mapa de ubicación del área de estudio y la zona central del departamento de Moniquirá. S.a (2015). ....	39
Figura 8. Ubicación de Moniquirá en el globo terráqueo. Icutuder (Instituto para la cultura, el turismo, el deporte y la recreación) 2019. ....	40
Figura 9. Representación del muestreo por conveniencia. S.A. (2019). ....	64
Figura 10. Logo de la Fábrica De Bocadillos La Moniquireña. (s.f) ....	83
Figura 11. Logo de la Fábrica De Bocadillos La Selección. (s.f) ....	84
Figura 12. Logo Productora de bocadillos San Fernando. (s.f) ....	84
Figura 13. Logo Fábrica de Bocadillos La Ricaurte. (s.f) ....	85
Figura 14. Logo Fábrica de Bocadillos La Isabella. (s.f) ....	86
Figura 15. Foto área de producción de la Fábrica de bocadillos Everest. (s.f) ....	86
Figura 16. Publicidad de la Fábrica de Bocadillo El Kiser. (s.f) ....	87
Figura 17. Agricultor de Finca Mirador en los cultivos de guayaba. (2010) ....	88
Figura 18. Participación de géneros en la encuesta. ....	93
Figura 19. Participación de rango de edades en la encuesta. ....	94
Figura 20. Porcentajes de las actividades económicas desempeñadas por los encuestados. ....	95
Figura 21. Distribución por lugar de procedencia de los encuestados. ....	97
Figura 22. Rango de inversión de los encuestados, para visitar el municipio. ....	98
Figura 23. Recurrencia de los encuestados en viajar. ....	99

Figura 24. Participación de los encuestados por conocer atractivos turísticos del municipio. ....	100
Figura 25. Participación del medio de transporte usado por los encuestados, a la hora de viajar. .....	101
Figura 26. Tiempo que el encuestado está dispuesto a invertir en una ruta del bocadillo por el municipio de Moniquirá. ....	102
Figura 27. Participación de los encuestados de las personas con las que viaja. ....	103
Figura 28. Preferencia por el tipo de turismo de los encuestados. ....	104
Figura 29. Distribución de la motivación al viajar de los encuestados. ....	105
Figura 30. Distribución por el interés en la producción del bocadillo, por los encuestados. ....	106
Figura 31. Nivel de interés en visitar el municipio por los encuestados. ....	107
Figura 32. Clasificación rutas turístico culturales. ....	112
Figura 33. Mapa con las posibles rutas para llegar a la Finca Mirador desde el casco urbano de Moniquirá. ....	119
Figura 34. Mapa con las posibles rutas para llegar a la Finca Mirador desde Bogotá. ....	120
Figura 35. Propietaria de la Finca Mirador en los cultivos de guayaba. Autoría propia. ....	120
Figura 36. Cultivo de guayaba tecnificados en Moniquirá. ....	121
Figura 37. Mapa con las posibles rutas para llegar a la Fabrica La Ricaurte desde el Hotel San José Moniquirá. ....	124
Figura 38. Mapa con el casco urbano de Moniquirá identificando la ruta del Hotel San José al Parque Principal Santander. ....	125
Figura 39. Vista frontal del alojamiento Hotel San José Moniquirá. ....	126
Figura 40. Carnes a la venta en el restaurante La Casona. ....	127
Figura 41. Vista frontal del restaurante La Casona. ....	127
Figura 42. Vehículo con capacidad de 10 personas. ....	128
Figura 43. Vehículo con capacidad de 17 personas. ....	129
Figura 44. Mapa con los puntos visitados en la ruta turística en el municipio de Moniquirá. ....	135
Figura 45. Trayectos del primer día de la ruta turística. ....	136
Figura 46. Trayectos del segundo día de la ruta turística. ....	136
Figura 47. Inicio de la página Web publicitaria del producto. ....	142
Figura 48. Información relacionada con la creación del producto. ....	143

Figura 49. Visual de la promoción por Facebook de la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá. .... 143

Figura 50. Visual de la promoción por Instagram de la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá. .... 144

Figura 51. Aparatado para diligenciar los datos del interesado en la página Web. .... 145

Figura 52. Marca del destino sobre la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá ..... 146

## Lista de tablas

Tabla 1	Tabla del proceso a tener en cuenta en la elaboración del bocadillo. ....	29
Tabla 2	Estudio socioeconómico de la guayaba y el bocadillo. ....	45
Tabla 3	Técnicas e instrumentos según el objetivo específico. ....	61
Tabla 4	Distribución de la superestructura turística. ....	89
Tabla 5	Participación de las actividades económicas de los encuestados. ....	96
Tabla 6	Listado de Hoteles con el respectivo RNT. ....	123
Tabla 7	Itinerario de la ruta punto por punto. ....	131
Tabla 8	Tabla de los costos incurridos para el diseño de la ruta turística del bocadillo en Moniquirá. .....	140
Tabla 9	Links de los medios publicitarios usados en medios de difusión del producto. ....	142

## **Introducción**

Moniquirá es un municipio ubicado en el departamento de Boyacá, que dispone de recursos y atractivos culturales y naturales para generar diversas experiencias turísticas, sin embargo, carece de un producto con características altamente potenciales y que generen en el municipio un alto reconocimiento turístico utilizando sus principales tradiciones como lo son el cultivo de guayaba y la fabricación del bocadillo. De este problema surge el interés académico de crear una propuesta de producto turístico con las características mencionadas, pero ¿cómo una propuesta de desarrollo turístico puede contribuir con el afianzamiento del turismo en el municipio de Moniquirá Boyacá, a partir de la tradición del bocadillo?

Una alternativa turística que aprovecha estos aspectos es la ruta turística del bocadillo, que dispone de toda la historia, cultura y producción gastronómica y agronómica de la guayaba y del bocadillo. El buen aprovechamiento de estos aspectos puede generar al turista un reconocimiento de la historia y de los sabores que caracterizan a la capital dulce de Colombia.

Inicialmente se realizó un marco teórico con términos específicos como turismo, turismo en Colombia, turismo en Moniquirá, agroturismo, turismo gastronómico y producto turístico, de estos términos se obtuvo información clave para clasificarlos y continuar con la estructura del proyecto.

Continuando con la propuesta de desarrollo turístico en base a la tradición del bocadillo en Moniquirá se construyeron objetivos claves, que generaron información de gran importancia para encontrar la viabilidad del proyecto. En primer lugar, la caracterización de atractivos naturales y culturales, seguido de la identificación de posibles turistas interesados en el producto turístico ofrecido, finalizando con la conclusión de los resultados para el diseño de la ruta turística del bocadillo en Moniquirá.

Para la obtención de esta información se utilizó un enfoque de investigación mixto utilizando metodologías cualitativas y cuantitativas, expresadas mediante técnicas de investigación como la observación en la investigación mediante fotografías y la entrevista para la toma de muestreo por conveniencia.

La información se amplió en los capítulos del proyecto donde el capítulo uno tuvo como contenido la creación de un inventario turístico recopilando todos los atractivos culturales y naturales que posee el municipio de Moniquirá y que pueden ser aprovechados turísticamente. El

capítulo dos se creó mediante una encuesta en busca de la opinión de diferentes personas frente al tema tratado, donde las respuestas fueron procesadas y se obtuvo el perfil del turista. Finalmente, el capítulo tres contiene la creación de la ruta en términos de aplicación, donde se construyó un itinerario con el contenido a ofrecer, se llevó a cabo la aplicación de una tabla de costos para reconocer aspectos financieros y se crearon los métodos de publicidad utilizando redes sociales y una website.

Cada parte de la investigación fue de gran importancia para concluir el proyecto, primordialmente los objetivos específicos generaron una amplia investigación que se vio reflejada en el contenido y resultados de los tres capítulos, la conclusión de toda la información se demostró en la viabilidad para la ejecución de la ruta turística propuesta en el municipio de Moniquirá, Boyacá.

### **Justificación**

Este proyecto surge de la necesidad que presenta el municipio de Moniquirá en búsqueda de un mejor provecho turístico de su territorio, donde se propone una oportunidad para generar una alternativa diferente, utilizando otros recursos como lo son la agricultura y la gastronomía Moniquireña.

Siendo uno de los municipios con más producción de guayaba y bocadillo, Moniquirá “la ciudad dulce de Colombia” puede aprovechar dicho potencial para generar un nuevo reconocimiento en su entorno turístico, mediante una ruta turística que ofrezca el bocadillo como una experiencia de conocimientos y sabores para los turistas.

El proyecto de agroturismo y turismo gastronómico, pretende proponer una alternativa que puede contribuir al desarrollo del municipio especialmente en estos barrios vulnerables, que no cuentan con las necesidades básicas tales como educación, alimentación, salud; permitiendo abrir nuevos espacios y oportunidades económicas que permitan a la población dar a conocer el alimento, haciendo reconocimiento del mismo.

Uno de los motivos por los cuales se tiene el interés de avanzar con la ejecución de la investigación que analiza la potencialidad turística del bocadillo en Moniquirá, es atraer turistas que aporten al desarrollo del municipio que puedan interactuar en espacios relacionados con la elaboración y fabricación del bocadillo, como también el procesamiento de la guayaba, debido a la importancia que se le da al alimento en el municipio por ser autóctono de la región.

El proyecto quiere contribuir de manera positiva al crecimiento y desarrollo del municipio mediante el turismo gastronómico y agroturismo, la oportunidad de insertar el bocadillo como un producto turístico, abre espacios experienciales para el turista y acoplado esa oportunidad a la competencia, aportando reconocimiento al destino vinculando a la comunidad en estas actividades de intermediación turística. Adicional, la innovación en la ruta es visible al divisar que no existe una ruta del bocadillo que relacione el cultivo de la guayaba, la transformación de la materia prima y toda la cadena productiva que se relaciona para obtener el alimento.

Los escenarios agrícolas se ven altamente beneficiados por la intermediación del turismo, al igual que las fabricas productoras del alimento, propenden el crecimiento económico de la región. La comunidad y la administración municipal se ve beneficiada de estas actividades no solo por el

hecho de generar ingresos al destino, sino, adicional, por el reconocimiento y posicionamiento que le brinda la actividad turística del destino. También permite que la administración centre esfuerzos en permitir que el turismo sea una prioridad en el plan de desarrollo y mejora para el municipio, adecuando su superestructura e infraestructura para el desarrollo de las dinámicas turísticas, promoviendo la capacitación de la comunidad para que sepa que está inmersa en esta actividad al ser un receptivo y enfocar a la educación que se imparte en el destino para que los beneficios del turismo sean más visibles.

## **1. Marcos de referencia**

### **1.1 Marco teórico**

#### **1.1.1 Turismo.**

El turismo es una actividad social que promueve el desarrollo y el crecimiento económico siendo una de las mayores fuerzas económicas de algunas regiones y países. Según los datos del año 2016 dados por la OMT:

Las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% en 2015 hasta alcanzar un total de 1.184 millones, y en comparación con 2014, en el año 2015 hubo alrededor de 50 millones más de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo. (Organización Mundial del Turismo, 2016a, párr. 1).

Desde hace 6 años el turismo presenta un crecimiento superior al promedio de todos los sectores de la economía. Según la misma fuente (OMT), este genera el 10% del PIB global, es el responsable de 1 de cada 11 empleos en el mundo, del 6% del comercio internacional y casi el 30% de las exportaciones de servicios. El barómetro de la OMT indica también que las exportaciones por turismo en 2015 fueron de US\$1,4 trillones.

La actividad turística ha logrado expandirse en los últimos años con una gran variedad de temáticas como los son: agroturismo, turismo gastronómico, etnoturismo, narco turismo, rutas alimentarias, safaris, turismo abortivo, turismo activo, arqueológico, arquitectónico, astronómico, cinegético, cinematográfico, comunitario, cultural, aventura, ayuda humanitaria, crucero, deportivo, diversión, estancias, negocios, salud, sol y playa, espacial, gastronómico, histórico idiomático, LGBT, literario, naturista, turismo negro, religioso, religioso, sexual, vivencias, familiarización, entre otros.

Con la anterior se puede decir que el turismo ha logrado innovar y abarcar distintos campos o segmentos sobre las necesidades del turista como lo referencia Ramírez (2007) quien habla sobre dichas necesidades del viajero.

Para Nieto (2013), las necesidades suelen ser de naturaleza, tienden a transformarse en necesidades procedentes, que va mucho más acorde con el entorno viviente del ser. Esto implica una búsqueda más ordenada de satisfacer las necesidades impulsivas naturales, si se trasladara la necesidad individual de la recreación a la necesidad en grupo se puede concluir que las necesidades

sociales dominan sobre las individuales. Ante este fenómeno ¿cuál es la tendencia futura? La perspectiva sociológica responde a este interrogante del análisis de trabajo, ocio y diversión. (p 109).

### **1.1.2 Turismo en Colombia.**

Este fenómeno no es ajeno a Colombia, donde el gobierno reconoce la importancia del turismo en su economía y lo considera como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz, incluyéndolo en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018: “Todos por un nuevo país – Paz, Equidad y Educación” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

Prueba de la importancia de este sector en Colombia es que durante el año 2015 se presentó un crecimiento del 9% en la llegada de visitantes extranjeros, elevando los ingresos del sector (ANATO, s.f.).

De enero a septiembre de 2015 el PIB del sector creció 6,9 %, generando un valor agregado por \$11 billones. Una de las principales acciones que ha influido en estos resultados es la devaluación del peso frente al dólar, debido a que las personas, a la hora de tomar sus vacaciones, ahora optan viajar por el país antes que salir de él. (párr. 5)

Para los países emergentes esta industria puede ser un verdadero motor de crecimiento y desarrollo económico, “las expectativas sobre la firma de la paz son buenas para el sector y pueden contribuir mejorando la imagen externa del país” (Toro, 2015, párr. 12); esto conlleva a que las zonas con potencial turístico ubicadas en áreas de conflicto se preparen para un desarrollo turístico sostenible, además de que la percepción de seguridad en el extranjero sobre el país se incremente.

### **1.1.3 Turismo en Moniquirá Boyacá.**

El trascendental componente a la hora de hacer turismo en Moniquirá o en algún lugar o espacio es la necesidad del cliente, es muy importante ya que gracias a esta surge la atracción del turista y la curiosidad de querer explorar el turismo que se está desarrollando en el municipio, siguiendo lo anterior podemos decir que la necesidad del turista es totalmente dominante y la razón fundamental por la que los tipos de turismo compiten para ver cuál es más llamativo para el cliente, pero nuevamente volvemos al turismo excluyente y no incluyente, ya que se tiene en cuenta que se trata de la sociedad y de un grupo al cuál se quiere suplir una necesidad general y no una necesidad

individual, y esto con el fin de que represente una evolución para cada uno de los tipos de turismo creando nuevas ideas e innovadoras para hacer la diferencia al resto.

Estas necesidades ayudan a posicionar el turismo del municipio, puesto que para un porcentaje de la población es de vital importancia el viajar y conocer diferentes culturas por ello es que no solo los destinos y tipos de turismo han innovado ya que, según Guzmán, Vázquez & Melián (S.F) “los turistas cada vez se inclinan más por conocer destinos alternativos a los ya clásicos”. (p. 2). Al haber más alternativas de turismo implican a su vez solucionar problemas en lugares y/o sitios que en un pasado no contaba con un desarrollo económico a través del turismo.

Es por ello que hoy en día una gran variedad de turismo está generando soluciones a diferentes problemáticas, una de ellas es el desempleo ya que el turismo incluye una gran cantidad de oficio que ocupar, como lo referencia Pingel (2007) quien dice que “el turismo transforma carencias en potencias y aporta aquellos sectores menos favorecidos; proponiendo desarrollos turísticos que complementen las economías locales”. (p. 10).

Efectivamente toda actividad económica genera gran impacto en el municipio de Moniquirá puesto que no solo se habla de arrendamiento de habitación temporal, sino de un conjunto de servicios como lo son: Transporte, alimentación, diversión, conocimiento, entre otras. Esto sin duda genera un incremento positivo en la demanda, puesto que está favoreciendo al lugar receptor.

Pues bien el turismo necesita de ciertos instrumentos para poder ofrecer una buena experiencia y servicio al turista, algunos de estos son: Alojamiento, gastronomía, vías de acceso, entreteniendo, cultura, historia, entre otras, para que así el viajero se lleve una buena imagen sobre el lugar y su población, puesto que si no cuenta con lo anterior posiblemente el turista no pueda disfrutar de su viaje a plenitud, de acuerdo con las palabras de Monterrubio (2013) quien hace referencia a la importancia de las condiciones de los destinos turísticos.

La existencia o localizaciones categóricas de estas formas de turismo son cuestionables. Esto puede deberse por un lado a que ciertas formas de turismo; por varias razones, no son muy distinguidas o no se hacen presentes en algunos destinos y en algunos países. Las condiciones naturales, sociales, culturales, políticas y económicas de los destinos pueden determinar en gran medida el tipo de turismo que se desarrolla. (p. 27).

#### **1.1.4 Agroturismo y turismo gastronómico.**

Es por esto que el agroturismo y todo tipo de turismo alternativo ha impactado en varios países del mundo, ya que no se centra en atracciones de alto impacto sí que por el contrario busca resaltar actividades nuevas y poco usuales, usando como base lo no explotado como, por ejemplo, la cultura, el patrimonio, las costumbres y sitios de poco interés.

En el turismo en México, más específicamente las rutas turísticas gastronómicas y agro turísticas tuvo gran acogida puesto que generó que los viajeros tuvieran una experiencia totalmente nueva y esto a su vez tomaran conciencia de las limitaciones de muchos países. Se realizó un estudio para saber qué tipo de cambios y fenómenos tuvo el turismo a través de los años y como ha cambiado la perspectiva de los viajeros, cuáles son sus preferencias o que buscan a la hora de hacer un viaje, retomando las palabras de Guzmán, Vázquez & Melián (2007) quienes resaltan que “el turismo alternativo busca conocer la idiosincrasia de un lugar, de una región, sus costumbres, tradiciones, su gastronomía y por qué no, también su forma de vida.” (Pg. 87).

Ante la realidad turística presente y las tendencias de mercado en el contexto global, el territorio Moniquirá con todo su potencial de atractivos y productos en funcionamiento, se vincula al agroturismo y al turismo gastronómico con la necesidad de fomentar su desarrollo y consolidación en distintas rutas productivas puestas en valor.

En este sentido, el enfoque hacia el agroturismo y al turismo gastronómico como nuevo producto turístico permite fortalecer la oferta turística actual y ampliar los niveles de competitividad en mercados nacionales e internacionales atentos a demanda del nuevo consumidor, Nieto (2018). Abordar esta temática con un análisis actual resulta de importancia para estar atentos a los indicadores de cambio y adaptarse a los nuevos paradigmas con propuestas renovadas, comprendiendo la dinámica del mercado turístico y preparando las bases para nuevos desafíos con nuevos productos turísticos.

Para Montecinos (2016) hoy, más que hace 20 años existe un mayor interés en el emergente y creciente turismo gastronómico y sus múltiples modalidades, sin embargo, la realidad es que en su mayoría este tipo de productos no han sido planificados, lo que ha generado un crecimiento desordenado con impactos negativos (p. 1)

El patrimonio gastronómico es un repertorio simbólico que se acoge a tradiciones sobre todo orales que se transmiten de generación en generación sobre todo de madre a hija y de abuela a nieta. Por lo general refuerzan ritos y costumbres que se resisten a desaparecer (Llano, 2017)

Para analizar al turismo gastronómico es necesario entender el comportamiento de quien lo practica; o sea, el comportamiento de aquellos cuya práctica turística y sus elecciones están directamente influenciadas por la gastronomía.

Torres Bernier (2003) señala que hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Estos turistas que interesados por la comida realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo final es encontrar placer. El último caso difiere de los turistas que sólo se alimentan, porque éstos ven a la comida desde una perspectiva fisiológica que no los motiva a viajar. Por lo tanto, los turistas gastronómicos son, sin duda, aquellos que buscan comida; siendo la gastronomía, en este caso, el principal atractivo o, usando la terminología de Baptista (1990), el recurso primario del destino visitado. La forma como el turista encara la gastronomía y la intensidad con que ésta afecta su viaje es decisiva para entender el turismo gastronómico.

Así, un turista que no siente un especial interés por la gastronomía de un lugar, no se desplaza con la intención primaria o secundaria de probar la comida, se comporta como una persona no residente que precisa alimentarse durante el tiempo de permanencia o estadía. Para este turista la alimentación asume la importancia habitual que tiene en su vida y, el hecho de estar en un lugar con gastronomía diferente, no altera sus hábitos alimentarios y sociales, Nieto (2018). El turista se alimentará por necesidad. Empíricamente se puede afirmar que la mayoría de los turistas se encuadran en este grupo, es decir, en el de los “turistas que se alimentan”. Por ejemplo, un turista que va a un parque de diversiones no tendrá motivaciones gastronómicas que lo lleven a desplazarse, no obstante, inevitablemente debe satisfacer sus necesidades fisiológicas y de supervivencia y tiene que alimentarse probablemente recurriendo a un fast-food<sup>1</sup> existente en el lugar. Este tipo de turistas no prioriza la calidad y las cualidades de la gastronomía y de los restaurantes, sino que en general prioriza el factor precio en la decisión y elección de un lugar.

---

<sup>1</sup> Fast-food: Comida que se sirve en determinados establecimientos y se caracteriza por prepararse con rapidez, y servirse y consumirse también con rapidez, así como por ser bastante económica.

Para profundizar en el mundo del turismo gastronómico es necesario hablar de la actividad turística, que es una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo, la cual, a su vez, es considerada como un motor clave del progreso socioeconómico (Organización Mundial del Turismo, 2006). El turismo es definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) citado por Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.) así:

El fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo, entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo. (párr. 1)

Siguiendo este hilo conductor, es importante contextualizar el turismo gastronómico dentro dos modalidades de turismo: el rural y el cultural. El turismo rural según Barrera (2009), se entiende así:

Aquella actividad turística realizada en espacios rurales, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto respetuoso con el entorno natural y que tiene interrelación con la población, cumple con la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente por las crisis recurrentes del sector agropecuario que ocasiona la emigración desde las zonas rurales hacia las urbanas. (p. 22).

### **1.1.5 Producto turístico.**

Teniendo en cuenta como recurso el bocadillo se pretende evaluar la potencialidad turística que este mismo tiene para identificarse con un producto turístico. El mismo es sustentado por Cárdenas (2007) como “una parte principal en la determinación de la productividad turística” p. (15).

Teniendo en cuenta que el bocadillo empieza a ser un recurso que puede transformarse en un producto turístico, es necesario acotar la idea del producto turístico debido a que han urgido bastantes teorías que pueden definir la idea. Una de ellas es defendida por Nasimba y Cejas (2015), desde donde se pretende definir como:

Un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística, resultante de un proceso productivo en el que se combinan servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de cierto precio (p. 26).

Cárdenas (1986) expone en su libro “Producto turístico” tiene como objetivo principal crear una satisfacción en los clientes o consumidores, las cuales se obtienen a través del consumo del mismo. La misma se crea por medio de una acción que nace de la operación o actividades turísticas, que está incorporada por atractivos, facilidades y accesibilidad, teniendo como resultado final un producto turístico que no puede ser intervenido por medio de estas características. Cárdenas clasifica los atractivos en tres niveles:

Los naturales, que son los recursos disponibles en el habita, los humanos que es la mano de obra que interviene a que estas actividades estén coordinadas para cumplir el fin de satisfacer al turista y artificiales que son los elementos contruidos por la mano del hombre que requieren de su intervención para la ejecución de actividades en un destino, bajo los cuales se imposibilita la ejecución de un producto turístico. (1986, p. 13).

Adicional a ello, se destaca la importancia que son recursos que permiten el desarrollo de la actividad, ya que el turista consume no solo los paquetes que intervienen los atractivos de su interés, sino que adicional a ello consumen más actividades que pueden ser complementarias para su experiencia, haciendo que sea más memorable de hallarse.

Según Pavón y Sánchez (2012) citado por Nasimba y Cejas (2015)

Los productos y servicios turísticos se caracterizan por ser un gran entramado de relaciones con sistemas de transporte, infraestructuras, servicios generales, equipamientos de ocio y deportivos, etc., lo cual hace necesario que se haga una buena gestión para optimizar los recursos y alcanzar los objetivos propuestos. (p. 25).

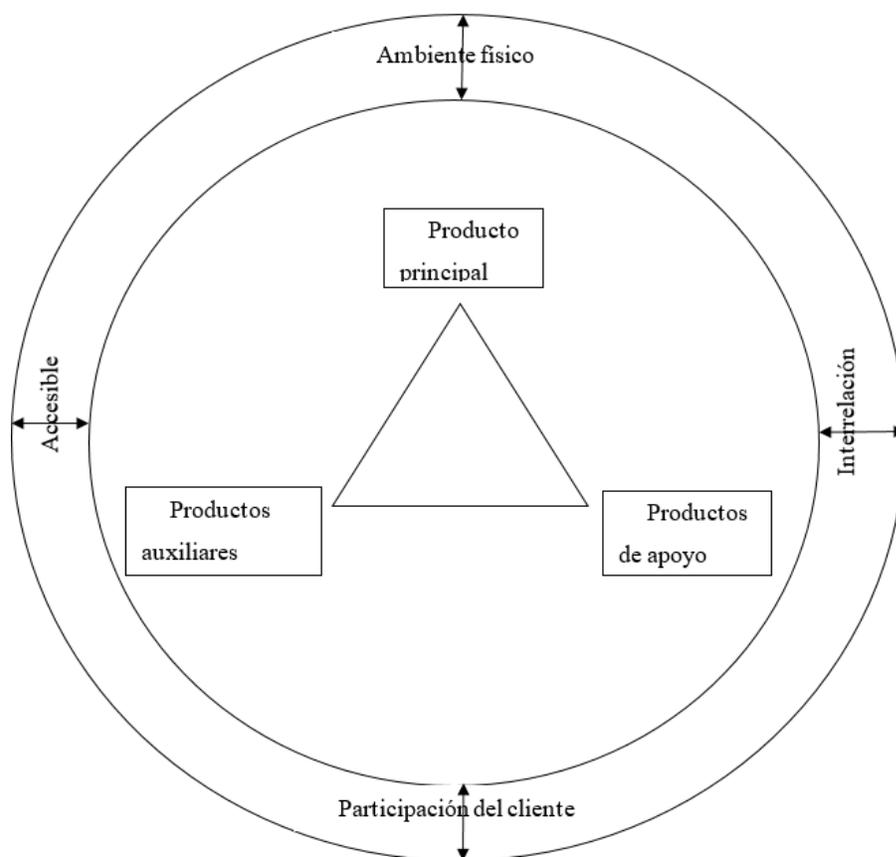
Según Colina (s.f) existe una teoría aún más precisa que define el producto turístico como el hecho de “integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más..., es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso” (p. 3).

Una de las teorías que respalda al proyecto es la expuesta por Kotler, donde se evidencia que los productos principales son sustentados por los auxiliares y los de apoyo. Esto mismo lo sostiene González (2013) y Pavón y Sánchez (2012) citado por Nasimba y Cejas (2015), donde definen el “Producto turístico es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención,

adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas” (p. 25).

La teoría resalta que el producto turístico debe tener un mínimo de asociación con materias básicas del destino, las cuales permiten agregar valor definidos como " recursos turísticos y/o atractivos turísticos asociados al servicio y a los equipamientos que se requiera” Nasimba y Cejas (2015) p. 26. Su objetivo principal se define al satisfacer las expectativas del viajero, donde se tenga el apoyo del personal capacitado los cuales no solo se contemple los actores de prestación del servicio, sino que el mismo este determinado por la calidad que propende éxito para conseguir una percepción positiva del cliente, destacando el producto turístico y posicionar el destino.

En síntesis, Kotler (1997) citado por De la Colina (s.f) afirma que el posicionamiento del mismo está determinado por “que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles” p. 4.



**Figura 1.** La Modelo de Kotler, producto esperado. Autoría propia.

Kotler ha denominado la gráfica de acuerdo a los niveles que se puede presentar en un Producto esperado. Esto debido a que son los diferentes bienes o servicios que el cliente puede adquirir y consumir en base a un producto como eje central. Es decir, el eje central al que se refiere el autor es el producto principal, la motivación focalizada que permite diseñar un producto meta que aspira a que el cliente adquiera como su finalidad principal.

Sin embargo, existen productos que son auxiliares que resultan necesarios para el desarrollo de la actividad turística, como los son los alojamientos, centros gastronómicos, transportes, entre más. Adicional, pese a su baja probabilidad de uso por parte del turista, los productos de apoyo pueden consumirse debido a que se encuentran en un entorno donde podrán encontrar diferentes servicios que contribuyen a que se vendan los anteriores productos. Esto sin duda genera un incremento positivo en la demanda, puesto que está favoreciendo al lugar receptor. Y para el municipio de Moniquirá el producto principal y más importante es el bocadillo (fabricación del bocadillo) los productos auxiliares y de apoyo son los alojamientos, restaurantes, transportes, ferias y fiestas.

La justificación que respalda Kotler con su modelo de producto propio, es que no se puede intervenir a que los turistas no evidencien su entorno, no despierte el interés por reconocer destino y en menor medida, imposibilitar que adquieran otros servicios que pueden verse más relacionados con sus intereses y gustos.

Este producto principal pretende relacionar la actividad en destino con la producción y fabricación del bocadillo, teniendo presente unas condiciones de manejo de la materia prima como la transformación que está misma debe tener, las cuales se nombran a continuación.

Crosby (1994) rescata que el producto turístico se debe ver como “una promesa de prestación de servicios básicos y/o complementarios en un tiempo concreto y en un entorno determinado.” (p. 145). Añade que el concepto es “una abstracción teórica utilizada para hacer referencia a las diferentes categorías y tipologías de la oferta y las posibilidades de su uso y disfrute de segmentos concretos del mercado.”

Altes (1993) citado por Crosby (1994) resume que “el producto turístico es como una combinación prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrece unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas y motivaciones.” (p. 145).

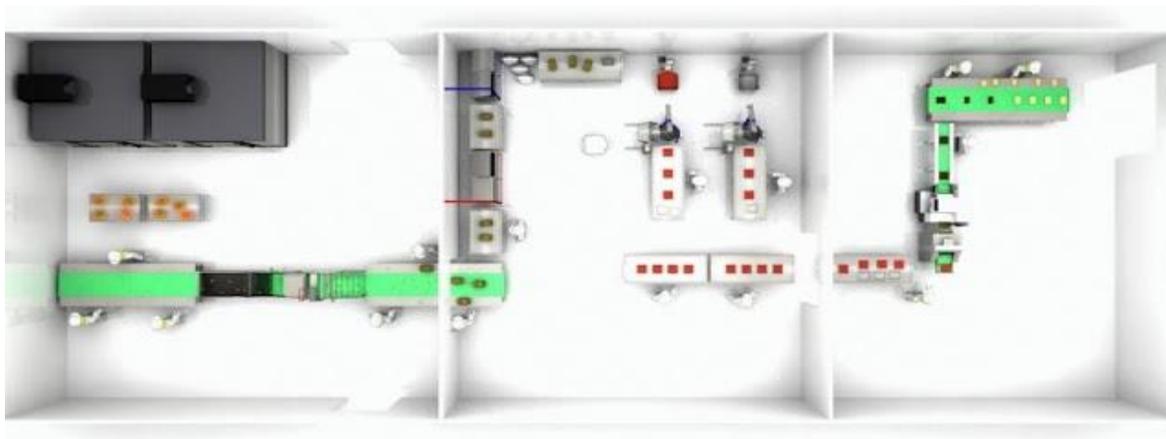
### 1.1.5.1 Control de calidad en producción de la planta de bocadillo de guayaba.

Entre las directrices que se brinda desde el área de calidad y control de alimentos, es necesario resaltar las siguientes pautas que se recomiendan en la elaboración del bocadillo, de una manera higiénica y responsable.

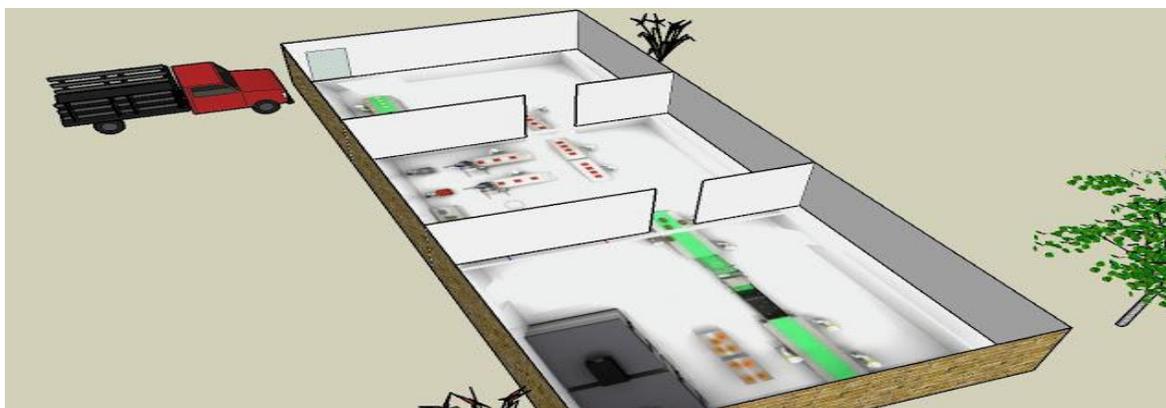
Las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba se encuentran divididas en tres zonas, separadas por muros con espacios que permiten la libre comunicación entre las zonas.



**Figura 2.** División de zonas en las plantas de bocadillo. Control de calidad Resolución 149641-01 (2012 p. 01).



**Figura 3.** Vista superior de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012).



**Figura 4.** Perspectiva general de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012).



**Figura 5.** Segunda vista superior de las instalaciones de la planta de elaboración de bocadillo de guayaba (2012).

#### ***1.1.5.2 Proceso en la elaboración del bocadillo.***

De acuerdo a la Resolución 149641-01 (2012) se especifica el proceso a tener en cuenta para la elaboración del alimento, teniendo en cuenta las condiciones de salubridad y limpieza, disposiciones de temperaturas y procesos, hasta la forma en la cual se debe envolver siempre con el objetivo de especificar el control de la calidad (p. 01).

Tabla 1

*Tabla del proceso a tener en cuenta en la elaboración del bocadillo.*

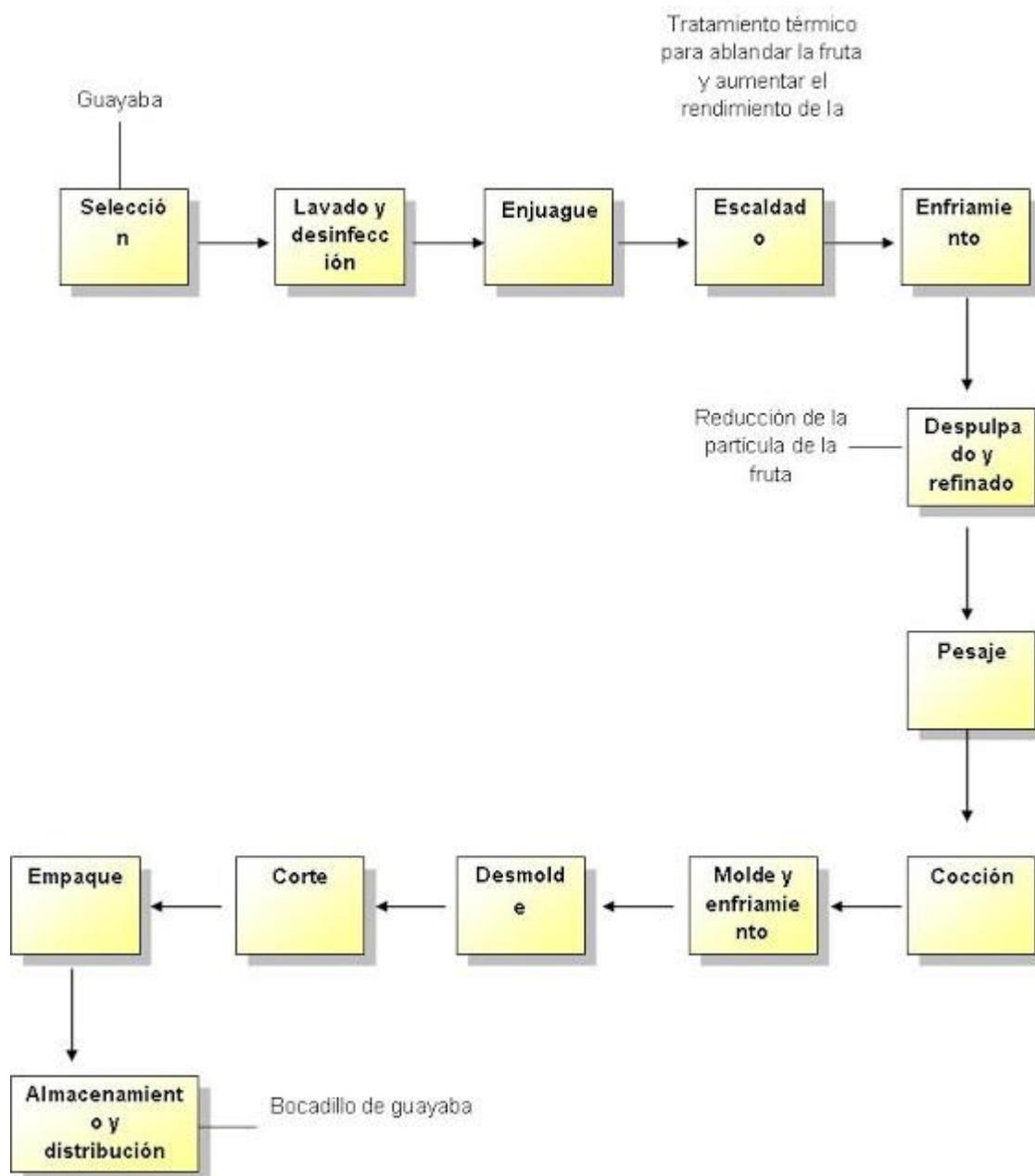
Proceso	Descripción del proceso
Selección	<p>La guayaba llega a la planta de procesamiento transportada en camiones que son pesados en una báscula pesa camiones antes de la descarga de la guayaba en los puntos de recepción, en los cuales se verifica que la materia prima cumpla con las especificaciones requeridas. El objetivo de la selección es escoger solamente la fruta completamente madura que no tenga daño microbiano, separando aquella que no tiene la calidad requerida como lo son unidades sobre maduras, podridas, magulladas, quemadas por frío, con hongos manchas lamosas, blancas, negras, verdes o cafés, aporreadas y heridas por donde hayan podido entrar microorganismos ya que esto incide en el deterioro de la pulpa. La selección se efectúa sobre una banda transportadora provista de mesa de acero inoxidable sanitario y disponiendo de canecas donde los operarios puedan colocar la fruta descartada.</p>
Enjuague	<p>El enjuague de la guayaba se realiza sobre la banda transportadora que sale del tanque de inmersión con aspersion de chorros de agua limpia. De esta manera se retiran los residuos de desinfectante, suciedad y microorganismos mediante aspersion a presión de agua potable.</p>
Escaldado	<p>El escaldado es un tratamiento térmico corto que se aplica a la fruta con el fin de ablandar tejidos y con esto aumentar el rendimiento de pulpa; disminuir la contaminación superficial que aún permanece en la fruta e inactivas enzimas que puedan afectar características de color, sabor, aroma y apariencia evitando que continúen su proceso de maduración. El escaldado también contribuye a eliminar el aire atrapado y fijar el color natural de la fruta, lo cual facilitará el manejo de las frutas en pasos posteriores, en el tanque de acero inoxidable con chaqueta de vapor en donde se sumergen las canastillas en agua hirviendo durante 5</p>

	<p>a 10 minutos a presión atmosférica. El proceso de escaldado se termina cuando el punto más frío de la fruta alcanza una temperatura de 75 °C.</p> <p>El proceso de escaldado se termina cuando la cáscara de la fruta alcanza una temperatura de 75 °C; el interior de la fruta no se calienta sensiblemente, razón por la cual se conservan prácticamente intactas sus propiedades organolépticas y fisicoquímicas</p>
Enfriamiento	<p>Luego del escaldado se efectúa un enfriamiento con agua potable en un tanque de acero inoxidable anexo al escaldador. Las canastillas de guayaba se sumergen en agua fría hasta que la fruta alcanza una temperatura interna de 28 °C. El enfriamiento se realiza con el objetivo de evitar la sobre cocción, el excesivo ablandamiento de los tejidos y el crecimiento de microorganismos.</p>
Despulpado y Refinado	<p>El proceso de despulpado se inicia introduciendo la fruta entera y escaldada en la despulpadora. En esta operación se separa la parte comestible de las frutas, pulpa; de la no comestible, cáscara y semilla. Posteriormente al proceso de despulpado se sigue con la operación de refinado cuyo objetivo es reducir el tamaño de partícula de la pulpa, y hacer más pura la pulpa, es decir se eliminan pequeños residuos de cáscara y semillas que permanecen después del despulpado.</p>
Pesaje	<p>Implica la cuantificación de la cantidad de materia prima adecuada para el proceso. En esta operación se efectúa el pesaje de la pulpa de guayaba, de azúcares y de ácido requeridos para alcanzar el porcentaje de sólidos solubles y el PH</p> <p>propios de la pasta de bocadillo, así como la cantidad de ésta a comercializar. El pesaje de la pulpa y del azúcar se realiza en una báscula de capacidad apropiada y de precisión a las centenas o decenas de gramo. Para el cálculo de la cantidad de azúcar, a cuantificar se debe tener en cuenta que generalmente más del 40del peso total y 80del total de los sólidos en un bocadillo es azúcar.</p>
Cocción	<p>La elaboración de bocadillo requiere procesos de concentración del producto por evaporación de agua, mediante la aplicación de calor, para</p>

	<p>obtener una distribución homogénea de los ingredientes, conservar el producto al inactivar enzimas y eliminar microorganismos presentes en las materias primas; desairear el producto, obteniendo una masa de mejor apariencia, y para aumentar la estabilidad química (disminuir la oxidación de los componentes del color y el sabor).</p> <p>La operación de concentración generalmente se efectúa en una marmita abierta a temperaturas superiores a los 93 °C por más de 20 minutos. Inicialmente se mezcla toda la pulpa y el azúcar en la marmita necesarios para obtener una masa con menos de 18 °Brix. El azúcar deberá ser agregado a la pulpa de fruta lo antes posible del calentamiento para prevenir una degradación intensa de los componentes del aroma, sabor y color. Por el contrario, la solución de ácido, para ajustar el pH, debe agregarse con agitación vigorosa lo más tarde posible, es decir inmediatamente antes de servir la masa de bocadillo en los moldes donde gelificará finalmente el producto.</p> <p>La cocción del bocadillo termina cuando se ha alcanzado un mínimo de 75 grados Brix (o porcentaje de sólidos solubles) leídos en refractómetro a 20 °C. La determinación de la concentración de la mezcla se puede realizar empleando un refractómetro, para lo cual se tomar una pequeña porción del producto, se deja enfriar a temperatura ambiente y se coloca sobre el prisma del refractómetro; finalmente se lee en la escala del aparato la concentración.</p>
<p>Moldeo y Enfriamiento</p>	<p>Alcanzado el punto final, la mezcla caliente se vierte en bandejas metálicas cubiertas de plástico en el fondo para evitar que la pasta se pegue al molde cuando finalice el proceso de enfriamiento. Se requiere que el proceso de moldeo se realice en caliente, porque la disminución de la temperatura en la masa aumenta la viscosidad, y la hace inmanejable.</p> <p>La pasta caliente de bocadillo vertida en las bandejas se distribuye uniformemente, con la ayuda de una cuchilla con un ancho diseñado para que la pasta quede con un espesor uniforme. De manera que la cuchilla</p>

	<p>se debe deslizar sobre el producto de tal forma que la parte inferior toque la pasta con lo que se garantiza un producto de igual tamaño de capas; con simetría y homogeneidad.</p> <p>La masa se deja reposar en bandejas sobre mesas de acero inoxidable durante 25 horas para su solidificación, en un cuarto a temperatura de 18°C y humedad relativa de 70 a 80 El tiempo de enfriamiento no debe ser inferior a 25 horas, pero tampoco debe exceder las 45 horas porque el producto final tendría una dureza mucho mayor que la deseada.</p>
Des molde	<p>Luego de las 25 horas de enfriamiento en ambiente fresco e higiénico, las bandejas son colocadas sobre una mesa de acero inoxidable con banda transportadora, donde las lonjas de bocadillo son retiradas manualmente de los moldes, para proceder posteriormente a su tajado</p>
Corte	<p>El bocadillo obtenido en forma de bloques, se taja en la maquina tajadora en presentaciones individuales de 6 cm de largo por 5 cm de ancho y 3 cm de espesor, con el fin de facilitar su comercialización.</p>
Empaque	<p>La masa sólida, seca y porcionada se empaqa en películas de polietileno con el objetivo de aislar del medio ambiente el bocadillo, evitando así su contaminación y manteniendo sus características hasta el momento de su consumo. Esto se logra mediante un empaclado con el mínimo de aire, que garantice higiene, barrera contra la humedad, facilidad de manejo y exhibición y que extienda su vida útil.</p> <p>Adicionalmente, los bocadillos empacados se colocan en cajas de cartón para su comercialización.</p>
Almacenamiento	<p>No requiere refrigeración para su almacenamiento dado la estabilidad física, química y microbiológica de este producto, que se debe fundamentalmente al PH ácido del bocadillo, al proceso térmico llevado a cabo y a la alta concentración de sólidos que posee luego de su preparación, lo que previene el desarrollo de microorganismos en el producto.</p>

*Nota:* Control de calidad para la fabricación del bocadillo de acuerdo a la Resolución 149641-01. S.a (2012 s.p).



**Figura 6.** Flujograma de procesos generales a tener en cuenta en la elaboración del bocadillo, acuerdo a la Resolución 149641-01. S.a (2012 s.p).

## 1.2 Marco conceptual

Los conceptos que se utilizaron en el transcurso del proyecto, fueron los siguientes:

### **1.2.1 Turismo.**

Es un conjunto de actividades de negocios que directa o indirectamente generan bienes y servicios que soportan actividades de negocios, ocios, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual. Turismo. (2020). P. 01.

### **1.2.2 Producto turístico.**

La combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan. Turismo. (2020). P. 01.

El mismo es sustentado por la Ley 300 del 1996 citado por Fontur<sup>2</sup> donde “es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas.” Adicional a ello el Instituto Distrital de Turismo (s.f) acota que es la “suma total d todos los servicios que un turista recibe desde que sale de su domicilio hasta que regresa a el” p. 11.

### **1.2.3 Agroturismo.**

El agroturismo, es una actividad turística que ofrece al viajero la posibilidad de conocer la cultura local y aprender sobre prácticas tradicionales de cosechas y cultivos además de los procedimientos de productos agropecuarios. Existen en Colombia paquetes turísticos que ofrecen la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en lugares donde se involucra con la forma de vida del productor y de su familia. Por otra parte, este tipo de turismo se constituye en una opción de actividades agrícolas y agroindustriales. Como plantea Riveros y Blanco (2003) quienes referenciaron a Budowski (2001), quien define el agroturismo como:

Disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del

---

<sup>2</sup> Fontur: Fondo Nacional del Turismo es una cuenta especial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creada para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal.

visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias (II Foro... 2002), (p. 13).

Dicho esto, el agroturismo es una actividad que beneficia no solo los que ofrecen este tipo de producto, sino también los pobladores rurales que por este medio tienen fuentes de empleo e ingresos.

#### **1.2.4 Turismo gastronómico.**

Se enfoca en conocer y experimentar la gastronomía típica de un país o región dirigidas especialmente a personas amantes y exploradores de la comida o personas conocedoras del arte (chefs) interesados en la historia y el inicio de esta. Expertos consultados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) definen a este tipo de turismo que se ha impuesto estos últimos años de la siguiente manera: “Visitantes y turistas que planifican sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar al que van o realizar actividades relacionadas con las gastronomías”. (p.1)

#### **1.2.5 Ruta turística.**

La definición de ruta turística según Espín (S.F) “Es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo”. (Pag.6)

El concepto de ruta turística varía según el autor y la experiencia vivida, ya que para Ibarra y Velarde (2016) quienes citaron a Briedenhann y Wickens (2003:73) la definen como la “creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo”(Pag.14) Tomando como base el concepto anterior se puede concluir que es un elemento que resulta clave para impulsar el desarrollo nacional, puesto que permite la creación de empleo además de la conservación del patrimonio cultural y natural del lugar, con la participación de los locales en la toma de decisiones por parte de los encargados del destino.

#### **1.2.6 Recurso.**

Se define como los cuales “se utilizan casi siempre conjuntamente para producir bienes y servicios.” A ello el Instituto Distrital de Turismo se le suma que “los recursos naturales son aquéllos que provienen directamente de la tierra y de sus características específicas en un lugar o una zona determinada” p. 12.

### **1.2.7 Recurso turístico.**

De acuerdo a la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) 2002 los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico (p. 32).

Los recursos turísticos de un sitio son todas aquellas que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Cada sitio turístico cuenta con recursos, pero es su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda. Los recursos existen en todos lados, pero lo que es importante es que estos se exploten y se saque su mayor provecho. (p. 33).

### **1.2.8 Accesibilidad.**

Según Cárdenas (1986) es una condición que se tiene presente en el destino donde se desarrolla la ejecución para ofertar del producto turístico, sin importar el medio de transporte, debe permitir que una cantidad o grupo de personas, puedan llegar por diferentes medios de transporte al destino haciendo aprovechamiento de toda la infraestructura que lo adecua (p. 14).

### **1.2.9 La guayaba.**

Fruto de nombre *Psidium guajava*, es reconocida por su agradable sabor y riqueza nutritiva reflejada en el contenido de vitaminas, miembro importante de los frutos tropicales, crece en arboles bajos no más de 8m de altura. La guayaba es cultivada en diversos países de la zona tropical subtropical, además es usada para elaborar dulces, jaleas, mermeladas y jugos (.com, 2016).

Teniendo en cuenta que la Guayaba es una fruta, la misma tiene una clasificación taxonómica, que son determinadas por las condiciones de la fruta como lo la familia a la cual pertenece, entre más.

La taxonomía es la ciencia de clasificación, que en su rama biológica se encarga de dar a todo organismo vivo una ubicación específica de acuerdo a sus características y la guayaba no es la excepción.

De acuerdo a la taxonomía, la guayaba pertenece al Reino Plantae, en la cual se le ubica dentro de la Clase Magnoliopsida y más específicamente en la Subclase Rosidae del Orden de los Myrtales.

Ahondando aún más en la clasificación de la guayaba, se encuentra en la Familia Myrtaceae, Subfamilia Myrtoideae, en la específica Tribu Myrteae, del Género Psidium. Como ya se ha establecido anteriormente, existen alrededor de cien especies de guayabas, pero entre todas ellas es posible destacar a las siguiente de acuerdo, por la preferencia del mercado en cuanto a su producción frutal:

- *Psidium cattleianum*: A esta especie se le conoce comúnmente como guayaba fresa.
- *Psidium friedrichsthalium*: Es la conocida guayaba de Costa Rica o también llamada Cas.
- *Psidium guajava*: De naturaleza más común, universalmente representa a la guayaba manzana.
- *Psidium guineense*: También conocida bajo la denominación de guayaba guinea.
- *Psidium cattleianum*: A esta especie en específico se le suele llamar como guayaba cattley.
- *Psidium montanum*: Que por su origen silvestre se le conoce con la distinción de guayaba de la montaña. (Uythesiskins, 2015, s.p)

#### ***1.2.9.1 Conserva.***

De acuerdo al manual 16 de la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales de Colombia, el Ministerio de Cultura de Colombia (2012) define la conserva como “. Dulce preparado con pulpa de frutas y papelón o azúcar, que dejado secar va cortado en secciones” p. 123.

#### ***1.2.9.2 El bocadillo de guayaba.***

El bocadillo de guayaba Según las palabras de PRODAR (S.F), “Es una conserva que se obtiene por la cocción de una mezcla de pulpa de guayaba y azúcar blanca o de panela, hasta obtener un producto de aspecto sólido y de sabor muy dulce, el cual generalmente se corta en trozos de forma rectangular para su venta y consumo” (p. 3).

Dicho lo anterior la guayaba se debe recolectar en estado maduro para así al momento de procesarla tenga una contextura espesa para el momento de porcionarla no se pierda su forma

rectangular ya que su presentación al público en Colombia es de tal forma, las principales ciudades productoras de bocadillo son Moniquirá, Barbosa y Vélez, sin embargo, el municipio pionero en el cultivo de la guayaba es Guavatá (Santander).

#### ***1.2.9.3 Tumes.***

De acuerdo al manual 16 de la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales de Colombia, el Ministerio de Cultura de Colombia (2012) define el Tumes como:

“Golosina, especie de pequeño bocadillo, elaborado especialmente en las ciudades de Barbosa y Vélez, consistente en un cernido de guayaba relleno con manjar blanco o dulce de leche, que se presenta compacto y envuelto en hojas secas de bijao. Surgió en los años setenta del siglo xx” p. 170.

#### ***1.2.9.4 Espejuelo.***

De acuerdo al manual 16 de la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales de Colombia, el Ministerio de Cultura de Colombia (2012) define el espejuelo como: “Confitura muy trabajada de frutas con consistencia compacta, como la guayaba o mango biche, y brillante por el azufre que lleva” p. 130.

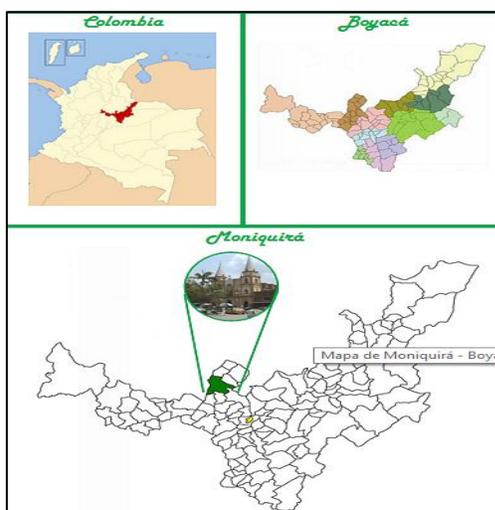
### **1.3. Marco geográfico**

Moniquirá es un municipio colombiano ubicado en la provincia de Ricaurte, siendo su capital. Geográficamente se ubica en el departamento de Boyacá, su cabecera dista 56 kilómetros de Tunja, la capital departamental.

Situado a 1.700 msnm, su territorio pertenece a la cordillera Oriental, está bañado por los ríos Moniquirá, Pómeca y Suárez. Sus suelos se distribuyen en los pisos térmicos templado y frío. La temperatura media anual en el casco urbano es de 19 a 20° Celsius y es el séptimo municipio más poblado del departamento.3.1 Identificación del municipio.

- ✓ Nombre del municipio: Municipio de Moniquirá
- ✓ NIT: 800.099.662-3
- ✓ Código Dane: 15469
- ✓ Gentilicio: Moniquireños

Otros nombres que ha recibido el municipio: Ciudad Dulce de Colombia y Destino Turístico por naturaleza



**Figura 7.** Mapa de ubicación del área de estudio y la zona central del departamento de Moniquirá. S.a (2015).

### 1.3.1 Geografía.

Moniquirá, está ubicada en el altiplano boyacense cuya posición hace que sea considerado el eje económico del departamento y dentro de lo que se conoce como la subregión de la cuenca del Río Moniquirá en donde además se encuentran los municipios de Arcabuco, Villa de Leyva, Sáchica y Sutamarchán, comprende de sur a norte y de oriente a occidente, el mayor número de municipios de Boyacá y concentra un alto porcentaje de población. Por su posición es considerado como el eje político, social, económico y cultural del Departamento. Se extiende a partir de la laguna de Fúquene pasando por la zona del Valle de Chiquinquirá hasta encontrar las tierras quebradas de Moniquirá, hacia el Oriente se ubica el Altiplano de Tunja, el Valle de Sogamoso y el Valle alto del Río Chicamocha. El Altiplano está conformado por regiones semionduladas y algunas pequeñas elevaciones.

El municipio de Moniquirá, limita al norte con San José de Pare, por el oriente con Togüi y Arcabuco, por el sur con Gachantivá y Santa Sofía y por el Occidente con el departamento de Santander.

### 1.3.2 Límites del municipio.

Toda esta especialización industrial y artesanal permite explicar aún más el proceso de concentración de La Agroindustria Rural De América Latina (AIR).



**Figura 8.** Ubicación de Moniquirá en el globo terráqueo. Icutuder (Instituto para la cultura, el turismo, el deporte y la recreación) 2019.

La “Ciudad dulce de Colombia”, conocida por los productos endulzados con caña de azúcar, panela, guayaba y feijoa. Tiene un clima agradable con una temperatura promedio de 20°C pueblo chibcha, en esta lengua Moniquirá significa “rica ciudad bañada por el sol”.

Sus mayores atractivos son las visitas a las fábricas de dulces, los Saltos de los Micos, del Zorro y de los Golondrinos, las termales el Salitre, el centro vacacional Comfaboy, el salto del granadillo.

#### 1.4 Marco histórico

En la Historia General de las Indias se señala que los indígenas consumían guayaba como fruta fresca, que era un alimento de su región, ellos endulzaban sus alimentos con miel mientras que el azúcar fue descubierto por los españoles con las conservas que en conclusión el bocadillo es un resultado de la mezcla de la gastronomía autóctona con la gastronomía española.

Como otras frutas, la guayaba hacía parte de la dieta indígena, tal vez la tomaban en jugo, aunque fray Pedro dudaba del origen americano. Fernández dice: “y para quien la tiene en costumbre es muy buena fruta y mucho mejor que manzanas” (1995) p. 107.

“Los españoles prepararon la mayoría de las frutas en conserva, en especial la guayaba que fue una de las más usadas y a la que le cambiaron por completo su presentación y su sabor” según Fernández (1995) citado por biblioteca básica de cocinas tradicionales de Colombia (2012) p. 67.

Es una fruta colorada por de dentro y de fuera, del tamaño de manzanas, con unos granillos, no pocos ni blandos. Suelen comerla los animales, y de los granillos que echan en el estiércol nacen luego guayabos y suele de esta manera echarse a perder la tierra, y hacerse tan espesos, que no se puede beneficiar el ganado, ni halla qué comer, porque debajo de este árbol no se cría yerba [...] son facilísimas de corromperse y llenarse de gusanos. Hácese de ellas buena conserva.

Todo ello puntualizado por Fernández (1995) citado por biblioteca básica de cocinas tradicionales de Colombia (2012) p. 67.

Por su parte la gastronomía dentro de la industria turística colombiana está en una etapa inicial, el país tiene un gran potencial y prueba de ello son los resultados de la encuesta llevada a cabo por Ipsos-Napoleón Franco, a 4.180 extranjeros en 2008, en la que se estableció que “el turismo gastronómico tiene un gran potencial de desarrollo, pues el 91% de los turistas está interesado en visitar restaurantes y bares, seguido de vida nocturna y atractivos naturales” (Proexport Colombia, 2008, párr. 1).

El sector gastronómico creció 12% en 2015 y aportó \$36 billones en impuestos de consumo en Colombia. Además, cada mes se abren de quince a veinte restaurantes que 30 generan 3.000 empleos, según cifras de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica. (Acodrés<sup>3</sup>).

El sector Horeca (hostelería conformada por restaurantes, hoteles, bares y servicios de turismo), presentó un crecimiento superior al 12% del cual el 3.5% fue por la industria de alimentos y bebidas. (Saavedra, 2016, párr. 1-2)

En este mismo sentido y según Sánchez (2010) se sabe:

Que el 40% de las regiones turísticas del país tienen vocación para este tipo de turismo y que la gastronomía, que representa el 1,6% del PIB nacional, es el tercer motivo de viaje de los colombianos (33%) y junto con las ferias y fiestas, son los aspectos que más valoran los colombianos cuando hacen turismo. (p. 19)

No obstante, a pesar de las características multiculturales expresadas en los alimentos que tiene Colombia y su potencial, hay que hacer un llamado a las entidades locales que tienen la responsabilidad cultural, social y económica de diseñar verdaderas rutas gastronómicas para que estas permitan reconocer y disfrutar de forma organizada todos estos procesos productivos que se conforman como expresiones de la identidad cultural de un país.

Colombia es uno de los mayores productores de guayaba del mundo, sin embargo, no es exportada debido a que se consume en gran cantidad por sus diversos usos en las familias colombianas. Tal como lo referencia Leiva (2012) “El cultivo de guayaba es originario del trópico americano. Posee una importancia económica y comercial para Colombia, pues se ubica como una de las principales materias primas en el sector de la agroindustria” (p. 5).

Sin embargo, no se conoce exactamente la fecha en la cual se inició la fabricación de bocadillo de guayaba en esta zona, su origen se relaciona con la fabricación de postres y jaleas para el consumo familiar. Como industria casera inicia en la segunda mitad del siglo XIX, entre 1870 y 1900.

---

<sup>3</sup> Acodres: Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, gremio oficial de la industria gastronómica en Colombia.

Las primeras referencias sobre la elaboración del bocadillo se encuentran en el municipio de Vélez y posteriormente en Moniquirá, en fábricas artesanales de tipo familiar, utilizando pailas de cobre y como combustible la leña. Algunos relatos señalan que las Señoritas Azucarates de Vélez fueron las primeras en hacer bocadillo de guayaba, luego le siguieron la familia Roa y luego la familia Becerra, estos últimos introdujeron el uso del huevo para que el bocadillo luciera más brillante.

Existen datos que indican que, en la época de la construcción del tramo del ferrocarril de oriente, que venía de Chiquinquirá a terminar en Barbosa a principios del siglo XX, los trabajadores utilizaban como avío “para reponer fuerzas” un bocadillo rústico que denominaban “suelas” y el cual se elaboraba en forma casera.

La denominación de bocadillo veleño corresponde al nombre de la antigua Provincia de Vélez, que antes abarcaba a la actual provincia de Ricaurte, ya que la región comprendía en la época de la colonia, las laderas de Tunja e incluso ciudades como Villa de Leiva. Además, porque en esta provincia se desarrollaba un mercado al cual estaban articulados municipios como Moniquirá y otros municipios vecinos. Vélez inicialmente cumplió la función de centro de acopio y de allí se deriva la identificación del bocadillo “veleño”. Inicialmente se producía una pasta de pulpa de guayaba y panela.

Tal como lo plantea Jurado, Benavides y Portilla (2013)

El proceso involucraba el cernido de la guayaba en un lienzo, para separar la pulpa de las semillas, luego a la pulpa se le adicionaba la panela, esta mezcla se cocía en pailas de cobre hasta obtener una pasta más o menos fluida. Posteriormente se moldeaba la pasta en marcos de madera y se empacaba en hojas de bijao, como se hace actualmente con algunas presentaciones de bocadillo. (p. 30.)

Para la época las labores se hacían de manera manual, el despulpado se hacía en un cedazo presionando fuertemente la fruta contra la tela de éste, por cuyos orificios salía la pulpa; el proceso de cocción se realizaba sometiendo la mezcla de pulpa y panela a altas temperaturas en una paila de cobre y removiendo la mezcla con una pala de madera, esta labor se hacía en fogón de leña armado sobre cuatro piedras.

Entre 1930 y 1940 se instalaron las primeras despulpadoras mecánicas de guayaba elaboradas en Moniquirá y con ellas se incorporan los motores a gasolina. En 1943 se introduce el azúcar en la elaboración del bocadillo reemplazando el uso de panela. El azúcar llegó hacia 1943 proveniente del valle del Cauca y marcó un cambio fundamental en la industria del bocadillo. (p. 23.)

Posteriormente se incorporó la caldera como generadora de energía y eje de las diferentes fábricas, pues se pensaba en manejar más de una paila y resolver los problemas de la consecución y del costo de la leña. Se abrió así paso al uso del carbón como combustible, el cual en la actualidad está siendo reemplazado en pequeña escala por el gas propano.

Estas calderas llegaron a las zonas provenientes de locomotoras de ferrocarriles en desuso, su utilización se incrementó hace más o menos 35 años como consecuencia de la crisis ferroviaria en Colombia. Más avanzada la década de los cincuenta se diseñaron e implementaron las primeras máquinas agitadoras o batidoras. Con la popularización de las calderas y los equipos mecánicos de 40 procesos las regiones productoras de guayaba y bocadillo terminaron por perfilar su vocación agroindustrial. Junto a la agroindustria del bocadillo surgieron nuevas industrias como los talleres de metalmecánica dedicados a la fabricación de los equipos, la fundición de pailas, la producción y proceso de la hoja de bijao, los aserríos para la fabricación de cajas de madera, talleres de reparación de motores y de mantenimiento de equipos, fabricantes de cajas de cartón y cartulina y varias litografías que trabajan los empaques.

Toda esta especialización industrial y artesanal permite explicar aún más el proceso de concentración de la AIR del bocadillo de guayaba en la región. Las décadas del 50 al 70 marcaron la época de oro de esta agroindustria en la región por el número de fábricas, y porque se llegó a un desarrollo más acelerado a partir de la implementación de equipos mecánicos y calderas, pero manteniendo operaciones de proceso manuales como la preparación de la fruta, el corte y el empaclado del bocadillo. Durante la década del 70 la situación para muchos fabricantes en la región se complicó ya que subieron los precios internos del azúcar, se presentó una mayor competencia con el establecimiento de fábricas de bocadillos en Bogotá y con la producción de otros dulces artesanales en Bucaramanga; estas condiciones llevaron al cierre de muchas fábricas, especialmente de aquellas pequeñas que no logran incorporar las innovaciones tecnológicas.

Tabla 2

*Estudio socioeconómico de la guayaba y el bocadillo.*

Municipio	No. fábricas en 1970	No. fábricas en 2002	Diferencia
Barbosa	78	20	58
Guavatá	18	9	9
Moniquirá	130	16	114
Vélez	120	85	35
Puente Nacional	14	1	13
Total	360	131	229

*Nota.* CIMPA 2002 y taller de activación del SIAL, 2002.

La reducción del número de fábricas no necesariamente ha implicado una disminución de la producción del bocadillo, sino más bien una concentración de la producción a cargo de fábricas de mayor escala, con procesos de exclusión de las fábricas pequeñas que no adoptaron los cambios tecnológicos de proceso y no lograron aumentar su escala productiva. Lo anterior se evidencia al considerar que en los años 70 las fábricas grandes en promedio producían 40 toneladas de bocadillo al mes, ahora las fábricas grandes producen en promedio 80 toneladas al mes y las fábricas pequeñas para poder competir en el mercado deben producir por lo menos 3 toneladas al mes.

Hace ya más de un siglo, la industria artesanal del bocadillo ha sido desarrollada en Colombia; en sus principios abastecía únicamente mercados locales, pero con el pasar de los años, el avance de la tecnología y medios de comunicación, este empezó a ser reconocido nacionalmente hasta llegar a convertirse en un alimento tradicional colombiano.

La mayor región fabricante de bocadillo de guayaba y principal región agroindustrial de Guayaba en Colombia es la provincia de Vélez, se encuentra ubicada al oriente del país, en los andes colombianos y en ella se destacan los municipios de Vélez, Moniquirá, Guavatá, Jesús, María, Barbosa y Puente Nacional, como municipios productores de guayaba, donde aproximadamente existen cerca de 130 fábricas de bocadillos que se dedican a la producción de

este producto. La región está ubicada en la cordillera oriental andina, con alturas comprendidas entre 1.200 y 2.200 metros sobre el nivel del mar, con un paisaje de montaña de mediana pendiente y gran diversidad vegetal. Predomina el clima húmedo pre montano, con temperatura promedio de 22°C y precipitación que oscila entre 1.800 y 2.400 mm/año.

La fruta pesada y recibida en la planta, es seleccionada en la primera zona, así mismo en esta zona se realiza el lavado de la guayaba, su ubicación en canastillas para la operación de escaldado y se encuentra el cuarto de maduración para la fruta verde.

En la segunda zona se realiza el escaldado y el enfriamiento de la fruta, se separa la pulpa de la semilla de la guayaba, se efectúa el pesaje de la pulpa, el azúcar y el ácido, que son suministrados a las marmitas para la cocción. Adicionalmente se lleva a cabo el moldeo y enfriamiento de la pasta de bocadillo en bandejas metálicas. Finalmente, en la zona tres la pasta de bocadillo es retirada de las bandejas metálicas, se taja, empaca y almacena.

## **1.5. Marco legal**

### **1.5.1 Constitución política de Colombia.**

El pueblo de Colombia, en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente:

Artículo 1°. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 2°. Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.

Artículo 3°. La soberanía reside exclusivamente en el pueblo, del cual emana el poder público. El pueblo la ejerce en forma directa o por medio de sus representantes, en los términos que la Constitución establece.

Artículo 4°. La Constitución es norma de normas. En todo caso de incompatibilidad entre la Constitución y la ley u otra norma jurídica, se aplicarán las disposiciones constitucionales. Es deber de los nacionales y de los extranjeros en Colombia acatar la Constitución y las leyes, y respetar y obedecer a las autoridades.

Artículo 5°. El Estado reconoce, sin discriminación alguna, la primacía de los derechos inalienables de la persona y ampara a la familia como institución básica de la sociedad.

### **1.5.2 Ley 300 de 1996.**

Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1°. Importancia de la industria turística. Modificado por el art. 2, Ley 1558 de 2012. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.

El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Artículo 3° Conformación del sector turismo. En la actividad turística participa un sector oficial, un sector mixto y un sector privado. Derogado por el art. 39, Ley 1558 de 2012.

El sector oficial está integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico, sus entidades adscritas y vinculadas, las entidades territoriales y Prosocial, así como las demás entidades públicas que tengan asignadas funciones relacionadas con el turismo, con los turistas o con la infraestructura.

El sector mixto está integrado por el consejo superior de turismo, el consejo de facilitación turística y el comité de capacitación turística.

El sector privado está integrado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin.

Parágrafo. El subsector de la educación turística formal, en sus modalidades técnica, tecnológica, universitaria, de posgrado y de educación continuada es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad y en tal condición se propiciará su fortalecimiento y participación.

### **1.5.3 Ley 1558 de 2012.**

La ley 1558 de 2012 es la ley que modifica la ley 300 de 1996 ley general del turismo, la cual se enfoca en criterios específicos como los son (el desarrollo, promoción, competitividad, regulación, creación, conservación, protección, y aprovechamiento de los recursos naturales sostenibles y sustentables). Lo cual es plasmado en el siguiente artículo:

Artículo 1. Objeto. 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 (Pg. 1).

Según el artículo anterior se destacar la importancia que el estado le está otorgando a el sector hotelero y turístico, ya que es uno de los principales pilares de la economía del país, esto es posible gracias al trabajo en conjunto del estado y el sector privado (Anato<sup>4</sup>, Acodres, Cotelco<sup>5</sup>, entre otros) los cuales ayudan a regulación de los distintos prestadores de servicio.

---

<sup>4</sup> Anato: Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia.

<sup>5</sup> Cotelco: Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla.

La ley ya mencionada específica y modifica en el artículo 26 sobre la capacidad de carga y la importancia de no saturar los sitios turísticos con la cantidad de personas idóneas, para hacerlo sostenible y sustentable.

Cuando se habla de capacidad de carga, hace referencia al número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales.

#### **1.5.4 Plan sectorial de turismo “por un turismo que construye país” 2018-2022.**

El turismo es un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, considerado como “el nuevo petróleo de Colombia”, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible, donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para generar empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país.

En este sentido, Colombia debe aprovechar el buen momento que vive el sector turístico en el mundo e insertarse en el mercado como un destino innovador, diferente, de alto valor, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad, acorde con las nuevas tendencias mundiales de la demanda de la actividad.

Con esta premisa, el objetivo del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Por un turismo que construye país”, es mejorar las condiciones habilitantes de Colombia para competir en este sector, con énfasis en la generación de valor de la cadena productiva, promoviendo mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda. De esta manera, se busca maximizar los beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

En búsqueda del logro este objetivo, este plan establece seis grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2018 -2022 que, en el largo y el mediano plazo, buscan solucionar los cuellos de botella que enfrenta el sector.

### **1.5.5 Plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018.**

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.

La gastronomía y, en general, la alimentación asociada al turismo, siempre ha estado presente y es significativa ya que representa un tercio del gasto turístico. Por ello, se constituye como el tercer componente del gasto turístico, después de los paquetes turísticos y el alojamiento.

El turismo gastronómico, como fenómeno turístico, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos segmentos del turismo. Tanto destinos como empresas turísticas se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía con el fin de diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional.

“El turismo gastronómico resulta en la actualidad como una de las mejores expresiones de la sociedad posmoderna en donde el hecho de ver, oler y degustar se convierte en una actividad completamente experimental, que es generada por esas “industrias” (productores, distribuidores, restauradores) cuya finalidad o producto, es poder otorgarle al turista una experiencia que pueda ser vivida a través de los alimentos”

En virtud de lo anterior y ante la necesidad de crear los lineamientos que rijan la creación y el desarrollo del turismo gastronómico, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, ha decidido proponer dos ejes estratégicos donde se abordan diferentes programas y proyectos, así como metas y acciones específicas, destinadas al desarrollo y fortalecimiento de la gastronomía como producto turístico colombiano, sobre una base de principios de sostenibilidad y sus tres dimensiones: ambiental, económico y sociocultural.

### **1.5.6 Norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 001-1.**

Destinos turísticos de Colombia, requisitos de sostenibilidad: Esta norma específica requisitos de gestión, así como aquellos relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y

económica, aplicables a un destino turístico o a un área turística dentro del mismo. Este instrumento promueve la adopción de un enfoque basado en normas de producto, permitiendo que el destino o área turística demuestre, de manera permanente, que cumple con los requisitos acá establecidos. Cuando uno o varios requisitos de esta NTS no se puedan aplicar debido a la naturaleza del destino o área turística, se deberá justificar técnicamente su exclusión.

#### **1.5.7 Alcance.**

Esta norma aplica para destinos y áreas turísticas que realizan actividades turísticas y que ofrecen productos y servicios en el destino o área turística objeto de implementación de esta norma.

#### **1.5.8 NTC 5856 de 2011.**

Especificaciones bocadillo de guayaba, el objeto de esta norma establece los requisitos fisicoquímicos y microbiológico que debe cumplir el bocadillo de guayaba, entre los cuales están las características sensoriales: color, olor, sabor y apariencia; los ingredientes generales y requisitos específicos como: porcentajes de sólidos solubles, humedad, y carbohidratos; levadura, plomo, entre otros criterios.

En este estudio se incluyeron 41 empresas productoras de bocadillo que luego de un estudio estadístico arrojaron unos resultados para la elaboración de la NTC 5856.

También se desarrolló en el marco del Proyecto que financia la Unión Europea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Gobernación de Santander, las Alcaldías de Vélez, Guavatá y Barbosa, Delco Desarrollo Económico Local y Comercio en Colombia y ejecutado por la Corporación Cyga, con apoyo de la Adel Vélez y en acompañamiento del Icontec.

##### ***1.5.8.1 Las buenas prácticas de manufactura.***

Las Buenas Prácticas de Manufactura (en inglés Good Manufacturing Practice, GMP) son aplicables a las operaciones de fabricación de medicamentos, cosméticos, productos médicos, alimentos y drogas, en sus formas definitivas de venta al público incluyendo los procesos a gran escala en hospitales y la preparación de suministros para el uso de ensayos clínicos para el caso de medicamentos. Se encuentran incluidas dentro del concepto de garantía de calidad y constituyen el factor que asegura que los productos se fabriquen en forma uniforme y controlada, de acuerdo con las normas de calidad adecuadas al uso que se pretende dar a los productos y conforme a las condiciones exigidas para su comercialización. Las reglamentaciones que rigen las BPM tienen por

objeto principal disminuir los riesgos inherentes a toda producción farmacéutica. Los riesgos existentes son esencialmente de dos tipos: contaminación (en particular de contaminantes inesperados) y mezclas (confusión).

Las nuevas tendencias en el consumo mundial de alimentos se orientan a la demanda de productos que cumplan cada vez más estrictas normas de sanidad, inocuidad y calidad. Este panorama es producto de un entorno comercial que se torna más exigente y competitivo en razón de la globalización de los mercados y la interdependencia económica. Las distintas crisis alimentarias que se han suscitado en la última década la contaminación microbiana de frutas y hortalizas frescas, la Encefalopatía espongiforme bovina (la enfermedad de las “vacas locas”) y la influenza aviar, entre otras, así como la preocupación que generan los residuos de plaguicidas y los alimentos genéticamente modificados, han sensibilizado aún más a los consumidores con respecto a las condiciones en que se producen y comercializan los alimentos, por lo que exigen las máximas garantías para asegurarse que el consumo de alimentos no entrañe ningún riesgo para la salud. Por esta razón, muchos países han establecido directrices, normas, reglamentaciones y sistemas que aseguren la provisión de alimentos inocuos y aptos para el consumo.

El acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) de la Organización Mundial del Comercio (OMC) ratifica que los países deben aplicar las medidas de inocuidad necesarias, las cuales se consideran justificadas y de conformidad con las cláusulas del acuerdo MSF, si se basan en las Normas del Codex Alimentarius<sup>15</sup> y textos afines. El acuerdo MSF permite a los países establecer sus propias normas en materia de inocuidad de los alimentos y de sanidad de los animales y las plantas. Sin embargo, el Acuerdo MSF exige al mismo tiempo que dicha reglamentación se base en principios científicos, que sólo se aplique en la medida necesaria para proteger la salud y que no establezca una discriminación arbitraria o injustificada entre países con unas condiciones idénticas o semejantes. Es importante señalar que, así como existen prescripciones oficiales para acceder a los mercados, los agro empresarios también deben prestar atención a un gran número de normas y estándares privados que generalmente son más exigentes.

Las normas privadas, aunque formalmente no son obligatorias, en la práctica suelen serlo, lo que afecta la capacidad de cumplimiento de las empresas, particularmente la de los pequeños agro empresarios por los costos que entraña su implementación, certificación y mantenimiento entre otros. El sistema de Buenas Prácticas de Manufactura coexiste con otros estándares que interactúan

entre sí, por ejemplo, el HACCP<sup>17</sup> y POES<sup>18</sup>. Asimismo, las Buenas Prácticas de Manufactura incorpora el MIP<sup>19</sup>, que es el estándar por excelencia en el control de plagas para ejecución en industrias y empresas en general. Los organismos internacionales que trabajan en el control y aplicación de normas de aseguramiento de la calidad alimentaria (principalmente la Organización Mundial de la Salud) recomiendan la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura, el HACCP y el POES. Asimismo, el comercio internacional en general exige estos estándares de calidad como condición a la exportación/importación de alimentos. Los códigos de Buenas Prácticas de Manufactura contemplan todo el proceso alimentario, desde la siembra o cría hasta el despacho al usuario final. Los requerimientos incluyen control de procesos, aseguramiento y metodologías de higiene, control de productos sanos, etcétera.

### **1.5.9 Plan municipal de desarrollo Moniquirá.**

Moniquirá es un municipio que goza de un posicionamiento económico y social en la región, el departamento y el país. Es evidente que cuenta con grandes potencialidades para desarrollar la agroindustria, el turismo, comercio de bienes y servicios, entre otros. El desarrollo de dichas potencialidades debe jalonar a su vez el bienestar social y económico de su población, mejorando los índices de empleo y calidad de empleo. Dicho proceso debe ser promovido por la administración municipal creando un clima ideal para atraer la inversión privada en el municipio, de tal forma, que ésta inversión se vea reflejada en el ingreso de los cuídanos del municipio y mejora de su calidad de vida, además del fortalecimiento gremial y organizacional de los productores de bienes y servicios presentes en el municipio. Alcaldía Municipal de Moniquirá (2016, p. 85).

Plan Municipal de Desarrollo (2016 – 2019). P.84

En el municipio de Moniquirá, dentro de la producción industrial, encontramos la panela y el bocadillo de guayaba. Después de la caña de azúcar el sistema de producción de guayaba es lo que genera más ocupación de mano de obra, tanto en cultivo como en transformación. Es importante destacar que la mano de obra ocupada en todo el proceso es en un 80% de tipo familiar femenina<sup>19</sup>.

La adopción de buenas prácticas en los sectores productivos amerita un trabajo planificado estructurado y metodológico que permita identificar los principios que guían el accionar de las personas en relación con sus medios de producción y derivado de ello, el uso que dan a los recursos naturales. Tomado de el Plan Municipal de Desarrollo (2016 – 2019). (p. 90).

El turismo es un reglón importante de la economía municipal, sin embargo, es concluyente decir que no se ha explotado en los niveles deseados, ello debido a muchas limitantes que cohiben el potencial turístico de Moniquirá. No existe señalización de las áreas eco-turísticas, y en el peor de los casos estas potencialidades aún no están definidas. La infraestructura tanto física como organizacional no permite promover un avance en pro del desarrollo de este sector en Moniquirá, no responde a las necesidades exigentes que el turista actual prefiere, entre otras innovación, organización y diversidad de productos y servicios. Se hace necesario implementar un programa que permita identificar las potencialidades existentes y a partir de ello apuntar a un mejor aprovechamiento del recurso turístico del municipio. Tomado del Plan Municipal de Desarrollo (2016 – 2019). (p. 81)

Este tipo de fortalezas y reorganización gremial nos llevará a la generación de empleo y a la evolución económica del municipio. Los programas que existen para impulsar los sectores productivos, industriales y gremiales no cuentan con la articulación entre el sector público y privado. Parte de la desarticulación es evidente, hay inadecuados cambios en el objeto de las ferias micro-empresariales. Las ferias han dejado de ser espacios para la creación y legalización de Pymes. Dentro de las estadísticas que sobresalen en este sector se encuentran que la meta nacional la tasa de empleo informal se encuentra en 93%, comparado con un 91% del departamento y el trabajo infantil para el municipio es de 4,9%, comparado con el 4,6% del departamento.

#### **1.5.10 Un cambio para una Moniquirá que se compromete con el desarrollo rural con enfoque territorial.**

Objetivo Programático: Impulsar la competitividad rural sostenible de Moniquirá a través de la provisión de bienes y servicios sectoriales que permitan hacer de las actividades agropecuarias una fuente de riqueza para los productores del campo.

El municipio de Moniquirá, según la distribución de sus suelos tiene una vocación principalmente agrícola; más de la mitad de sus suelos son dedicados a los cultivos agrícolas destacando producción de Caña de azúcar, Café, plátano yuca; se destaca también el área dedicada a ganadería y a otros usos. En cuanto a su vocación territorial; 6.565 (Has) área dedicada a cultivos agrícolas, 5.108 (Has) área dedicada a otros usos. 16 El sector agrícola del Municipio, es uno de los sectores con mayor problemática del territorio, los agricultores y campesinos cuentan con limitada asistencia técnica en los procesos de grandes o tradicionales cultivos como la caña de

azúcar, la yuca, guayaba, café, entre otras, se presenta escaso apoyo en la dotación de semillas certificadas, debilidad institucional o inexistencia de las asociaciones de productores y comercializadores agrícolas, lo que impide la potencialización del sector y el aumento de la competitividad a nivel regional, además de las inadecuadas condiciones que presentan las vías terciarias y secundarias del Municipio, que aumentan los costos de producción y comercialización truncando con esto el desarrollo económico del campo y generando desventaja y baja competitividad del sector a nivel regional. Se ha desarrollado un mercado intermediario para los productos agrícolas que ha generado que el productor campesino obtenga muy bajos beneficios de su trabajo ello en declive del crecimiento del mismo. Tomado de Plan Municipal de Desarrollo (2016 – 2019). p. 86.

#### **1.5.11 Política de competitividad turística.**

Busca mejorar la competitividad turística de Colombia, a través de estrategias conjuntas de gestión que involucren a todos los actores del sector, mejorando las herramientas para el fortalecimiento y sostenibilidad de los atractivos turísticos, optimizando las condiciones de seguridad, higiene, salubridad, de tal forma que mejoren la imagen y la calidad de los destinos turísticos. Según la política de Competitividad turística, uno de los lineamientos es la implementación de programas de señalización de tal manera que se pueda tener un mayor conocimiento acerca de los atractivos turísticos que hay en el país. (Mincit<sup>6</sup>, 2009) El tercer lineamiento de la política de competitividad turística se refiere a “Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos y destinos turísticos, a través del establecimiento de estrategias coordinadas desde el ámbito nacional y regional, contando con una política específica que recoja todos los lineamientos necesarios para avanzar en esta materia” (Mincit, 2009, pág. 11).

---

<sup>6</sup> Mincit: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia es un ministerio de la República de Colombia encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones.

## 2. Planteamiento del problema

Moniquirá cuenta con un reconocimiento turístico que ofrece diversos atractivos a sus visitantes que han generado para el municipio un aprovechamiento turístico variado. A pesar de contar con estas condiciones turísticas, Moniquirá carece de un producto nuevo que sea altamente potencial, competitivo y atractivo, que logre un notable impacto de reconocimiento vinculando las costumbres tradicionales de la región como lo es el cultivo de guayaba y fabricación del bocadillo. Una razón que pone en evidencia la falta de desarrollo y atención a la parte de agroturismo y turismo gastronómico en la región, es el ver como otros destinos en Colombia han permitido un desarrollo sostenible como Vélez, el cual aprovecha su propio nombre para declararlo con denominación de origen, el cual goza de reconocimiento internacional y es resguardado por sistemas de propiedades intelectuales al tener un valor patrimonial y cultural.

El bocadillo es tomado como una figura de “souvenir”, en vista que el destino ofrece a sus visitantes la posibilidad de llevarse como recuerdo el bocadillo Moniquireño el cual es típico de la región, el mismo se encuentra disponible en muchos establecimientos de su zona rural; sin embargo, no se integra a la experiencia turística. Muchos de los visitantes se llevan el souvenir con el objetivo de obsequiarlo o consumirlos en sus viviendas, pero no son parte del proceso de producción, recolección de la fruta, dejando unos espacios vacíos en los cuales pueden ser aprovechados por los coterráneos para que los visitantes puedan interactuar con la comunidad con didácticas autóctonas exponiendo de una manera experiencial la fabricación. Se evidencia la problemática a través de una falta de promoción fuera del territorio, debido a que solo se centra en el reconocimiento del producto en el mercado local, esta problemática se podría solucionar aprovechando el ingenio para transformar los recursos que la naturaleza le brinda a la población e incorporándolos con sus conocimientos autóctonos de la fabricación de este alimento. El agricultor se convierte en una causa raíz de este paradigma debido al desconocimiento de las necesidades del mercado, el cual puede optimizar la rentabilidad de su producción, no solo aprovechando la tierra como un elemento de cultivo, sino como escenarios turísticos que vinculan la experiencia del turista con el trabajo de campo.

El permitir el avance turístico del municipio en estas condiciones, en efecto podría correr el riesgo de ser desplazado de la competencia en el departamento, el cual integra municipios muy aledaños los cuales tienen beneficios vinculados con el reconocimiento y el aprovechamiento de

los espacios para bien económico de la administración y la comunidad, los cuales han contemplado en sus planes de desarrollo el avance turístico, la adecuación de una superestructura e infraestructura que permite tener un óptimo provecho sus recursos.

Los esfuerzos de la administración actual y la anterior se centraron en compilar sus esfuerzos en brindarle un reconocimiento nacional al potencial Moniquireño a través de acciones encaminada al emprendimiento en el sector turístico y el potencial recreativo de la riqueza natural y cultural que posee el destino. Sin embargo, no contempla dentro de sus planes de ordenamiento territorial y de mejoramiento del destino, la importancia del bocadillo como un recurso potencialmente turístico el cual puede ser adaptado a la didáctica de la región, permitiendo al producto ir más allá de un enfoque netamente económico, como lo es la exportación del producto a Estados Unidos, Venezuela, América Central y Europa.

### **2.1 Pregunta de investigación**

¿Cómo una propuesta de desarrollo turístico permite contribuir al turismo en el municipio de Moniquirá Boyacá, a partir de la tradición del bocadillo?

### **3. Objetivos**

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

Elaborar una propuesta de desarrollo turístico, a partir de la tradición del bocadillo en el municipio de Moniquirá Boyacá.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- ✓ Caracterizar los atractivos naturales y culturales del municipio de Moniquirá
- ✓ Identificar el perfil del turista interesado en un producto turístico de características culturales a partir del bocadillo.
- ✓ Diseñar una ruta turística a partir de la tradición del bocadillo en Moniquirá, Boyacá.

#### 4. Metodología de investigación

El enfoque de investigación mixto es el que se emplea en el desarrollo del proyecto de grado, se utilizan dos metodologías principales: cuantitativas y cualitativas. Hernández-Sampieri y Mendoza (2008), definen el enfoque mixto como:

Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (*metainferencias*<sup>7</sup>) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 534).

Los autores añaden que el enfoque cuantitativo” utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p. 4). Explican que a diferencia el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p. 7)

Lo que se pretende en el trabajo de investigación, va enfocado a establecer un nivel de motivación y preferencias de la población en interesarse por acceder a un producto turístico que se ejecute en el destino y reconozca el bocadillo, como parte de la apropiación cultural de la comunidad, los fabricantes, los agricultores y turistas, los cuales están contemplados a lo largo del trabajo de grado.

Para Chen (2006) citado por Hernández-Sampieri y Mendoza (2014) define este método mixto como “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno” (p. 534).

Entre los beneficios que se destacan al presentar una investigación de forma Mixta Todd. Nerlich y McKeown (2004) citado por Hernández-Sampieri y Mendoza (2014) sostiene que permite “Producir datos más “ricos” y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis” (p. 537).

---

<sup>7</sup> Metainferencias: Nombre que se le da a los métodos mixtos de investigación, propuestos especialmente por Hernández, Sampieri y Mendoza.

Se destaca una cualidad importante en la presentación de los proyectos de grado, Hernández-Sampieri y Mendoza (2014) afirman que es la “posibilidad de tener mayor éxito al presentar resultados a una audiencia hostil. Por ejemplo, un dato estadístico puede ser más “aceptado” por investigadores cualitativos si se presenta con segmentos de entrevistas.” (p. 537).

Para la consecución de la información se aplicó una investigación descriptiva la cual consiste en dedicarse a la “caracterización de los componentes de una realidad” Bedoya J. (2008, p. 22). Calduch R. centra el objetivo de este tipo de investigación como el “disponer de un primer conocimiento de la realidad tal y como se desprende de la observación directa que realiza el investigador y/o del conocimiento que ha adquirido a través de las informaciones indirectas obtenidas” (2014, p. 29).

Otro concepto que se destaca en la metodología de investigación es el de Bernal (2010), donde resalta

La investigación descriptiva es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. Los trabajos de grado, en los pregrados y en muchas de las maestrías, son estudios de carácter eminentemente descriptivo. En tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos.

- Bernal añade que algunos de los contenidos relacionados con este tipo de investigación son:
- Estudios de carácter diagnóstico.
- Diseños de guías, modelos, productos, prototipos, etcétera.
- Estudios de mercado.
- Estudios orientados a la descripción o identificación de rasgos o características de un objeto
- de estudio.
- Estudios de descripción de conductas, de actitudes, de perfiles, etcétera.
- Estudios de tiempos y movimientos.

Tabla 3

*Técnicas e instrumentos según el objetivo específico.*

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos	Categoría de análisis
Caracterizar los atractivos naturales y culturales del municipio de Moniquirá	La observación	La fotografía y el formato de inventarios.	Atractivos naturales y culturales.
Identificar el perfil del turista interesado en un producto turístico de características culturales a partir del bocadillo.	Las encuestas	El cuestionario estructurado	Aspectos socioeconómicos. Aspectos preferenciales Aspectos motivacionales.

*Nota.* La anterior tabla muestra la forma en la cual se especifican los objetivos específicos del trabajo de grado, relacionando las técnicas a aplicar, los instrumentos de recolección de la información y las categorías de análisis, que permiten interpretar los objetivos desde otra descripción.

## 4.1 Técnicas de investigación

### 4.1.1 La observación en la investigación.

Según Pieron (1986) es:

Una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (s.p).

### 4.1.2 La entrevista.

María Raffino (1994) define la entrevista como:

Un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. El **objetivo** de las entrevistas es obtener determinada información, ya sea de tipo personal o no. (s.p).

### 4.1.3 Instrumentos de investigación.

La fotografía como instrumento de investigación social

Augustowsky (2007) afirma que la fotografía es

Algunas estrategias metodológicas cuentan ya con muchísimos años de experiencia e implementación y están ampliamente legitimadas, mientras que otras, en cambio, se encuentran en un proceso de construcción y de diálogo para consensuar dentro de la comunidad ... (científica) su validez: éste es el caso de la utilización de imágenes, como la fotografía. A la fotografía aún se le asigna un lugar secundario, tal vez por la ortodoxia del ámbito académico, acentuada con el hecho haberse privilegiado históricamente en occidente el mundo del habla como la forma más alta de práctica intelectual, y considerarse a las imágenes como ideas de segundo orden. (p. 8).

Adicional Sarrot (2000) sintetizó que la fotografía puede tener dos usos en investigación social:

Como registro de primera mano, el investigador capta la foto que le resulta relevante como “dato”, o como documento disponible (fuente secundaria), cuya observación permite inferencias interpretativas, captación de detalles subjetivos (gestos, posturas, lugares, miradas, vínculos...) y objetivos (vestimenta, ambientes, objetos, arquitecturas...). Ambos rastros, subjetivos y objetivos, a su vez permiten una contextualización de lo microestructural en lo macroestructural, si puede ubicarse la toma en una coordenada espacio-temporal.

La observación de fotografías como documento disponible de segunda mano permite recolecciones de primera mano más potentes (ejemplo: observar fotografías de la familia y luego hacer entrevistas para reconstruir trayectorias familiares). En ese caso la fotografía sería subsidiaria de otra metodología, para potenciarla. La toma de fotografías por parte del investigador, como dato de primera mano, permitiría ilustrar y complejizar hallazgos obtenidos con otras técnicas, o encontrar plasmado en imagen lo que se captó en los textos hablados o escritos. (p. 09)

- Cuestionario estructurado

Según Carlos Tapia (2000) “es un instrumento que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones, con la finalidad de obtener información y utilizarlos en una investigación”.

- Población.

Según el Calduch (2014) se muestra la población como:

Las características de los elementos que integran la realidad objeto del análisis u observación podemos dividirlos en dos categorías:

Aquellas que pueden ser expresadas o descritas mediante números y que son denominadas cuantitativas o variables...

El objeto al que hace referencia la variable que se mide se denomina unidad de análisis, éstas pueden ser los propios individuos o diferentes categorías de agrupación social (familias, ciudades, regiones, Estados, etc.). (p. 98).

Otro concepto que conceptualiza la población es el de Fracica (1988), argumentando “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 160).

En el universo o población que se va a tomar para el estudio es el total de la población del municipio de Moniquirá, el cual está constituido por 21.402 habitantes.

- La muestra

López y Fachelli (2015) manifiesta que una muestra es:

Una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso. (p. 06)

Otro concepto de muestra es el de Bernal (2010) explicando que “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”. (p. 161).

La contingencia enfrentada a raíz del Covid-19, ha imposibilitado desplazarse al destino para aplicar las encuestas a los locales del municipio. De acuerdo con el Decreto 593 del 2020, las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional de Colombia han prohibido la circulación en todo el territorio nacional, especificando que el objeto del presente proyecto de grado y las actividades

extra académicas, no hace parte de las expresiones de circulación contempladas en el artículo 3 del Decreto 593 del 2020.

Teniendo presente lo anterior, la técnica de muestreo utilizada en el proyecto de grado es por conveniencia no probabilístico, el cual Manterola y Otzen (2017) detalla que el mismo “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.” (p. 4)

También nombrada por Casal y Mateu (2003) como muestreo por selección intencionada, definen:

Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra. (p. 5)

Según Pimienta (2000) el muestreo no probabilístico define “en este tipo de muestreo, denominado también muestreo de modelos, las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población.” (p. 265).



**Figura 9.** Representación del muestreo por conveniencia. S.A. (2019).

Para de este muestreo surge la necesidad de conocer unas características del universo a evaluar, siendo de interés central para la investigación.

Para el proyecto se hará uso de la técnica de muestreo citada, permitiendo así recopilar la información necesaria para evaluar la potencialidad del recurso como producto turístico.

Para calcular el tamaño de la muestra, se contempló los siguientes datos:

- Total, de la población: 21.402 habitantes.
- Casco urbano: 10.544 habitantes.
- Nivel de consideración para la muestra: 50% de la población citada.
- Tamaño de la población: 5.272 habitantes.
- Nivel de confianza: 85%
- Margen de error: 7%

Se decidió la utilización de la siguiente fórmula para calcular la muestra:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{Z^2 \cdot p (1 - p)}{e^2}}{1 + \frac{Z^2 \cdot p (1 - p)}{e^2 N}}$$

N = tamaño de la población

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z = puntuación z

Teniendo en cuenta los datos anteriormente informados, se calcula una muestra necesaria para el trabajo de grado con la participación de 106 encuestados, con el objetivo de analizar los resultados, tabulando y emanando conclusiones que permitan verificar la propuesta de desarrollo turístico.

## 5. Capítulo 1 Inventarios turístico del destino

La propuesta ruta turística inicia teniendo en cuenta el inventario turístico del lugar, la evaluación del producto turístico existente y la determinación de las condiciones mínimas de operación de los elementos que integran la potencial ruta turística: atractivos, servicios y accesos.

Los inventarios son un instrumento importante, puesto que busca mantener el orden y control en los municipios, ayudando a saber cuáles son sus potenciales sitios turísticos para así poder ejecutar la actividad turística con éxito, tal como lo referencia Mincetur (2006)

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística (p. 2).

Se entiende con lo anterior que es de vital importancia que los municipios o lugares con gran demanda turística tenga inventariado dichos atractivos (fábricas de bocadillo), esto con el fin de lograr atraer a nuevos turistas ofreciendo variedad, pues bien, el turista ya no solo busca tener un espacio de esparcimiento o tiempo libre, lo que el turista hoy en día realmente quiere obtener al hacer turismo son experiencias.

Por otro lado, según el Ministerio de Cultura (2015) los inventarios “ayudan la construcción de un conocimiento profundo sobre las manifestaciones, contribuye a fortalecer la capacidad social de las comunidades para la gestión del patrimonio y representa un ejercicio de reflexión colectivo” (p.8). Pues bien, es importante que no solo el estado o gobierno del lugar se interese por sus atractivos, sino también sus habitantes ya que ellos son la cara del lugar, son los responsables de que el turista quede conforme, ya que ellos tienen el contacto directo con los visitantes.

Con lo anterior se evidencia que la calidad en los lugares turísticos es de vital importancia tanto en el municipio como para el inventario puesto que es el que le da el valor para que los visitantes se interesen por conocer estos lugares.

Los inventarios principales de las fábricas del bocadillo Moniquireño que por su denominación es tradicional y de origen son empacados individualmente en hojas de bijao, las cuales conservan el producto y le dan un aroma y un gusto característico.

La región de origen del bocadillo, son los municipios de Vélez, Barbosa, Puente Nacional y Guavatá, en el departamento de Santander, y Monquirá en el departamento de Boyacá. Existe una

concentración de 131 fábricas que en condiciones de agroindustria rural lo producen y distribuyen a diferentes partes de Colombia y algunos mercados de exportación hacia Estados Unidos, Venezuela, América Central y Europa.

El municipio de Moniquirá con todo su potencial de productos y fábricas en funcionamiento donde su característica principal es la elaboración y fabricación del bocadillo, el principal componente es la necesidad del turista de explorar un nuevo conocimiento.

Para Moniquirá, la fabricación de bocadillo es una de las principales salidas de la industria que atiende el turismo en sus propios establecimientos y comercia a nivel nacional el producto. En consecuencia, con lo anterior se clasificaron dos tipos de atractivos turísticos que se llevarán a cabo en la investigación, con el fin de llevar a cabo los respectivos inventarios, retomando las palabras Barragán (2017) quien cito las palabras de El Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2010)

### **5.1 Inventario de atractivos naturales**

El Mincit (s.f) contempla los atractivos naturales como áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo. Existen en total 12 sub-clasificaciones en los sitios naturales para la valoración. (p. 65).

Moniquirá tiene gran variedad de sitios naturales, los cuales hacen parte del patrimonio natural del municipio ya que posee gran variedad de ecosistemas los cuales son riquezas naturales no renovables que ayudan a la economía.

Los Indicadores de la Unesco Cultura para el Desarrollo (1977) definen los sitios naturales como:

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; ii) las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación; iii) los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

En resumen, los sitios naturales son creaciones de la naturaleza la cual no ha sido creada, modificada o intervenida por el hombre, donde se destaca las características del terreno y su diversidad de flora y fauna en determinado territorio.

#### **5.1.1 Fichas técnicas de inventario en atractivos naturales.**

**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	La Chorrera				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administración o Propietario	Jose Angel Gonzales Prada				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Naranjal a 300 metros del casco urbano				
1.7. Teléfono/Fax	3103245698				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Sur al Parque Principal				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

Se encuentra este hermoso atractivo que es visitado en temporada de verano, donde su acceso es óptimo y agradable para el turista, con sus 1700 msnm y sus 19° grados Celsius de temperatura se convierte en otro de los atractivos naturales que destacan a Moniquirá como centro de gran belleza natural.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD		PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)		20
Constitución de Bien (21)		20
Representatividad General (28)		25
Subtotal		65
SIGNIFICADO		
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)
		Internacional(6)
<b>TOTAL</b>		77

Fuente: Félix Cristian Lopez

Diligenciado por:

Lizeth Melo y William Anzola

Fecha

**FORMULARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Termales El Salitre			
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio		
1.5. Administración o Propietario	Yuli Paola Benavides			
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda la Coralina			
1.7. Teléfono/Fax	3206547896			
Tipo de Acceso		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
1.1.1 Indicaciones para el acceso		A 4 kms del casco urbano		

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.2. Descripción

Temperatura de 19°C a 1700 m.s.n.m, emanan de las profundidades las aguas termales que por su ubicación son resaltadas como un atractivo natural de interés medicinal que atrae en el transcurso del año a propios y visitantes para beneficiarse de sus aguas azufradas, este lugar cuenta con las facilidades de ofrecer a diez minutos del mismo un restaurante campestre y una amplia zona de camping que brinda la comodidad esperada por el turista.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)				18
Constitución de Bien (21)				18
Representatividad General (28)				20
Subtotal				56
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	6
<b>TOTAL</b>				<b>62</b>

Fuente: Miguel D

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 3. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Quebrada la Sicha			
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio		
1.5. Administracion o Propietario	Esteban Molaños Lamprea			
1.6. Direccion/Ubicación	Serranías del peligro en la Vereda de Monjas Bajo			
1.7. Telefono/Fax	3148906532			
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico
1.1.1 Indicaciones para el acceso	A una distancia del casco urbano de 1 km			

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

Visitada preferiblemente en tiempo de verano donde el turista se encontrara con una corriente de agua de aproximadamente 12mt de ancho, y un agradable paisaje que se convierte en un exclusivo balneario y ruta obligada para los paseos ecológicos, ya que en el recorrido de ésta quebrada se encuentra un tramo llamado La Sicha Pequeña, reconocida por presentar una caída de agua de aproximadamente 2.20 metros de altura.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservacion( 21)				30
Constitucion de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				20
Subtotal				80
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	10
<b>TOTAL</b>				<b>90</b>

Fuente: Lina María

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 4. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	El Mirador del Granadillo				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administracion o Propietario	Valentina Rojas Camargo				
1.6. Direccion/Ubicación	Vereda San Esteban				
1.7. Telefono/Fax	3009874367				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Distancia casco urbano 2 km				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

A este mirador lo atraviesan diversos caminos propicios para la práctica de los turismos ecológicos, desde allí se observa el casco urbano del municipio de Moniquirá y algunas Veredas.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD		PUNTAJE		
Estado de Conservacion( 21)		30		
Constitucion de Bien (21)		30		
Representatividad General (28)		21		
Subtotal		81		
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	5
<b>TOTAL</b>				<b>86</b>

Fuente: Andrés Melo

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 5. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Puente Colonial Minas				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administración o Propietario	Albersy Hoyos Torres				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Sofía - Moniquirá				
1.7. Teléfono/Fax	3145670987-3045632156				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuático	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Kilómetro y medio del casco urbano				

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.2. Descripción

Por la vía que comunica villa de Leyva- Santa Sofía a moniquira se llega al sitio "venta real" luego por la vereda carolina hasta llegar a la vega aproximadamente a una distancia de km y medio del casco urbano y por la vía de acceso destapada pero transitable el rio moniquira conforma un pequeño valle y desde este sitio se continua hasta la desembocadura de la quebrada de la honda a el rio, allí se encuentra ubicado el puente de minas una arquitectura de más de dos siglos, construido en 1800, por la que transitaba en la época para sacar el cobre extraído de las minas de moniquira.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)				30
Constitución de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				21
Subtotal				81
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	5
<b>TOTAL</b>				<b>86</b>

Fuente: Jhoanna sanchez Ma

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 6. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**I. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Salto de Pómeca			
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio		
1.5. Administración o Propietario	Camilo Gordillo Rodríguez			
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda La Laja, Moniquirá.			
1.7. Teléfono/Fax	3014673243			
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico
1.1.1 Indicaciones para el acceso	3 kms Casco Urbano			

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

Se llega por la vía principal Tunja – Moniquirá (5 a.m. antes de Moniquirá) y se toma el desvío por la carretera que conduce a Toqui, ubicado en la Vereda la LAJA, por una vía destapada (transitable preferiblemente para campero), en propiedad pública, a una altitud de 1710 m.s.n.m y una temperatura de 20°C, a 10 Km del casco urbano encontramos el Salto del Pómeca con 17 metros de altura de donde caen sus aguas a un pozo cristalino, recomendado por su hermosa naturaleza y la calidad.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)				30
Constitución de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				30
Subtotal				90
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	5
<b>TOTAL</b>				<b>95</b>

Fuente: Mauricio G

Diligenciado por:

Lizeth Melo y William Anzola

Fecha

## 5.2 Inventario de atractivos culturales

El Mincit (s.f) el patrimonio cultural se define como

El conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. Dentro de patrimonio se encuentra las clasificaciones: Patrimonio Material / Patrimonio Inmaterial / Festividades y eventos / Grupos de Especial interés. (p. 64)

El aspecto cultural en un destino es muy importante, con el objetivo de conocer el lugar en relación a su tradición e historia, los acontecimientos que marcaron los antepasados del municipio, los distintos lugares que fueron participes en esa época y que hoy en día son considerados como atractivos culturales. Al convertirse la cultura y el patrimonio cultural en temas de preocupación nacional, se promulga la Ley 397 de 1997 o la Ley General de Cultura, que reglamenta el patrimonio cultural de la nación, los estímulos y proyectos que promueven la creación, la investigación y la actividad artística y cultural.

Como lo referencia el Ministerio de Cultura de Colombia (2015), el inventario cultural

Permite valorar la existencia en su contexto y de su estado de conservación, ayuda a la construcción de un conocimiento profundo sobre las manifestaciones, contribuye a fortalecer la capacidad social de las comunidades para la gestión del patrimonio. (p.16).

Dicho lo anterior los inventarios de patrimonio cultural buscan dar una idea más profunda de lo que se puede encontrar en un destino, no solo en cuestión del control y registro si no que va más allá, y es involucrar a la sociedad con el fin de dar solución a problemáticas que se presenten en el mismo municipio y cuyo fin principal es proteger y salvaguardar todo aquello patrimonio que se considere valioso para la región.

Dentro de los diferentes medios de investigación que se enfocan en la parte de inventarios de patrimonio cultural en los municipios, el Programa Nacional de Inventario de Patrimonio Cultural se encarga de coordinar los procesos de identificación, documentación, valoración del patrimonio cultural y el registro de los bienes culturales muebles e inmuebles del país, como fuente de información para la definición de acciones dirigidas a su manejo y protección.

Desde un punto de vista enfocado en el turismo cultural, Chevrier y Clair-Saillant, (2006) y Herrero prieto (2011) quienes dicen que:

Hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural a través de las distintas experiencias que los viajeros viven a lo largo de la estancia. Esta visión amplia del Turismo Cultural incorpora una dimensión de mercado y consumo (p.10).

Según lo anterior los turistas siempre tendrán una motivación para viajar con mentalidad de que van a conocer los sitios turísticos del destino, que en realidad se emocionan por conocer por lo dicho anteriormente, experiencias o simplemente el deseo de querer conocer ciertos atractivos.

Por otro lado, destaca el valor del Turismo Cultural y la importancia que tiene un municipio también por sus hechos históricos, resaltando que el factor de la oferta también es muy significativo ya que gracias a estos atractivos y la oferta que tienen darán a conocer el municipio principalmente en el enfoque cultural por sus atractivos.

Se entiende entonces que la valoración a realizar en el municipio de Moniquirá Boyacá, se podrá encontrar importantes sitios culturales usados como productos de apoyo, los cuales que son propios y marcan la diferencia por un producto de reconocimiento.

Focalizando el recurso del bocadillo con el objetivo de analizar su potencialidad de producto turístico, el mismo es parte de la economía y el reconocimiento de la población debido a los cultivos de guayaba, donde se fabrica el bocadillo utilizando la jalea de guayaba como un alimento del cual puede surgir diferentes combinaciones en otros productos, siendo el producto central la conserva de guayaba.

De otra manera, se resaltar la importancia que tiene cada una de las fábricas para el reconocimiento del municipio en los espacios rurales y gastronómicos que se pretende ejercer en las veredas y establecimientos de bocadillo, para así resaltar la calidad de los productos ofrecidos en Moniquirá.

### **5.2.1 Fichas técnicas de inventario en atractivos naturales.**

**FORMULARIO 7. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**I. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Centro vacacional Comfaboy				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administracion o Propietario	Alejandra Vargas Prada				
1.6. Direccion/Ubicación	Centro vacacional Comfaboy de Moniquirá				
1.7. Telefono/Fax	3214567890				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Km 56 de la vía Tunja - Bucaramanga				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

La temperatura media de 19 / 20 °C. Caracterizado por una arquitectura moderna y un diseño de vanguardia, este complejo vacacional cuenta con acomodación múltiple, salones para eventos empresariales y sociales, y una infraestructura para descansar y divertirse: restaurantes, piscinas, canchas múltiples y tenis, salón de juegos, bar, parque infantil, enfermería, zona de hidroterapia, entre otras. El Centro Vacacional Comfaboy es sinónimo de comodidad, sol, diversión y experiencias gratas que se complementan con planes pasadía y estadía con todo para vivir días inolvidables.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservacion( 21)				30
Constitucion de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				20
Subtotal				80
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	10
<b>TOTAL</b>				<b>90</b>

Fuente: Jhoanna Torres

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 8. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

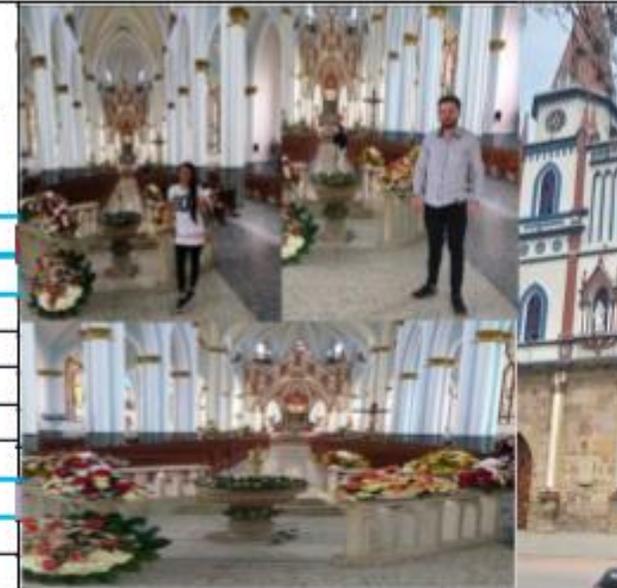
**I. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Iglesia principal de Moniquirá				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administración o Propietario	Ciro Antonio Arranda Torres - San Pablo apóstol				
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera novena n° 7 - 66 Moniquirá, Boyacá, Colombia				
1.7. Teléfono/Fax	4578954 - 3142256743				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Sur al parque principal				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

La "Basílica Nuestra Señora del Rosario" unos de los templos más bellos del departamento elevado a la dignidad de basílica por su santidad el papa benedicto XVI en ella encontramos atractivos como la imagen milagrosa del divino niño, reliquias de santa margarita Maria de ala coque y san francisco Javier ubicados en el altar mayor y particularidades como sus bellos vitrales y elementos litúrgicos además de una galería fotográfica de la historia de Moniquira .



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)				30
Constitución de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				20
Subtotal				80
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	10
<b>TOTAL</b>				<b>90</b>

Fuente: Carlos C

Diligenciado por:

Lizeth Melo y William Anzola

Fecha

**FORMULARIO 9. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Parque Central				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administracion o Propietario	Nicolás Andrés Zapata				
1.6. Direccion/Ubicación	Calle 18 n° 4 -67				
1.7. Telefono/Fax	3203452198				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Parque Central				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

Ubicado en la provincia de Ricaurte, de la cual es capital, en el departamento de Boyacá; su cabecera dista 56 km de Tunja, la capital departamental. Situado a 1.669 msnm, su territorio, que pertenece a la cordillera Oriental, está bañado por los ríos Moniquirá, Pómeca y Suárez.

**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservacion( 21)				30
Constitucion de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				20
Subtotal				80
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(0)	10
<b>TOTAL</b>				<b>90</b>



Diligenciado por:

Lizeth Melo y William Anzola

Fecha

**FORMULARIO 10. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Coliseo cubierto municipal Simón Bolívar				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administración o Propietario	Yuli Estefania Sierra Quintero				
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 18 n° 4 -53				
1.7. Teléfono/Fax	3124568765 - 3217865409				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	Zona norte del parque central				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

Este escenario ha sido seleccionado por ser uno de los mejor dotados del país, ya que cuenta con canchas y tableros de última tecnología y se destaca el apoyo que ha brindado Servilio Caicedo Ulloa, Alcalde de Moniquirá y el Icutuder, pues es una gran oportunidad para fomentar este deporte en la población y dinamizar la economía local aseguró, Juan Carlos Cepeda Pérez, director del Instituto de Cultura y turismo de Moniquirá.



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD				PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)				30
Constitución de Bien (21)				30
Representatividad General (28)				20
Subtotal				80
SIGNIFICADO				
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)	Internacional(6)	10
<b>TOTAL</b>				<b>90</b>

Diligenciado por:	Lizeth Melo y William Anzola	Fecha
-------------------	------------------------------	-------

**FORMULARIO 11. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles**

**1. GENERALIDADES**

1.1. Nombre	Ferias y Fiestas				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			
1.5. Administración o Propietario	Servilio Caicedo Ulloa - alcalde de Monquirá				
1.6. Dirección/Ubicación	CALLE 18 N° 4 -57				
1.7. Teléfono/Fax	3219087654 - 3045678976				
Tipo de Acceso		Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso	PARQUE CENTRAL				

**2. CARACTERISTICAS**

2.2. Descripción

- Del 13 al 16 de diciembre se celebran las feria y fiestas del dulce del bocadillo (presentaciones musicales, artistas Moniquireños).
- Del 4 al 6 de enero se celebra el festival de verano (recorridos por las calles de Monquirá, comediantes, exhibiciones de motos).
- El festival del cuento y poesía se celebra el 1,2 y 3 de septiembre (exposiciones y presentaciones de cuentos, participación de instituciones y el Sena)



**3. PUNTAJE DE VALORACION**

CALIDAD		PUNTAJE
Estado de Conservación( 21)		30
Constitución de Bien (21)		30
Representatividad General (28)		20
Subtotal		80
SIGNIFICADO		
Local(6)	Regional(12)	Nacional(18)
		Internacional(6)
<b>TOTAL</b>		90

Fuente: Gina Fernandez

Diligenciado por: Lizeth Melo Fecha

Estos inventarios fueron importantes para descubrir la importancia del entorno que caracteriza a Moniquirá, principalmente los recursos naturales y culturales que diferencian este municipio de los demás.

Sus recursos naturales en donde predominan los hídricos, han significado para el municipio una gran actividad turística debido a los diferentes atractivos que se han construido con dichos recursos y que gracias a su buen aprovechamiento han generado aportes monetarios en su economía; sin dejar a un lado la gran importancia que tienen los recursos naturales a nivel ambiental y que contribuyen al nivel de bienestar y desarrollo de la población de Moniquirá.

Moniquirá ofrece diferentes tipos de recursos culturales muy importantes como los religiosos, históricos, de ferias y fiestas, entre otros, que muestran las tradiciones de pasado a presente y la historia de antepasados que identifican a este municipio.

Los recursos culturales al igual que los naturales generan en el municipio la llegada de turistas que generan ingresos para Moniquirá, con la actividad de turismo cultural las personas se relacionan en general con el entorno cultural de Moniquirá.

Los recursos culturales al igual que los naturales generan en el municipio la llegada de turistas que generan ingresos para Moniquirá, con la actividad de turismo cultural las personas se relacionan en general con el entorno cultural de Moniquirá.

En general los recursos naturales y culturales se encargan de la mayoría de actividad turística del municipio. La llegada masiva de turistas en busca de atractivos turísticos relacionados con la cultura y la naturaleza lleva a la persona a integrarse a rutas relacionadas con la naturaleza, la agricultura, la gastronomía y la cultura, dichos aspectos los relaciona la ruta turística de la guayaba que cubre las tradiciones del municipio.

### 5.3 Listado de fábricas del bocadillo en Moniquirá

A continuación, se destacan las características generales de las fabricas productoras de Bocadoillo municipio de Moniquirá con mayor reconocimiento en la región.

- Fábrica de bocadillos La Moniquireña

Administración: José Valentín García Cruz

Dirección: Carretera central No. 21-77

Teléfono: 3114789966

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 10.** Logo de la Fábrica De Bocadoillos La Moniquireña. (s.f)

- Productora de bocadillos La Selección

Administración: Martha Lucia Pineda

Dirección: Carrera 7 No.16-62

Teléfono: 3103337449

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 11.** Logo de la Fábrica De Bocadillos La Selección. (s.f)

- Fábrica de bocadillos San Fernando

Administración: Bertha Isabel Rodríguez

Dirección: Carrera 4 No.8-55

Teléfono: 3107701379

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 12.** Logo Productora de bocadillos San Fernando. (s.f)

- Fábrica de bocadillos La Ricaurte

Administración: José Miguel Lizarazo

Dirección: Kilometro 1 vía a Moniquirá

Teléfono: 3112409896

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 13.** Logo Fábrica de Bocadillos La Ricaurte. (s.f)

- Fábrica de bocadillos la Isabela

Administración: July Marcela Gutiérrez

Dirección: Carrera 4 No 5c-23

Teléfono: 3213425643

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 14.** Logo Fábrica de Bocadillos La Isabella. (s.f)

- Fábrica de bocadillos Everest

Administración: Alicia Román

Dirección: Calle 20 No 6-40

Teléfono: 3132390245

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 15.** Foto área de producción de la Fábrica de bocadillos Everest. (s.f)

- Fábrica de bocadillos El Kiser

Administración: Jenny Elizabeth Vargas

Dirección: Carrera 7 No 25-64

Teléfono: 3123758116

Indicaciones: Casco urbano



**Figura 16.** Publicidad de la Fábrica de Bocadillo El Kiser. (s.f)

#### **5.4 Finca de cultivo de guayaba**

La única finca que legalmente está constituida para ejercer el cultivo de guayaba local de la región, es la Finca Mirador la cual se ubica en la vereda Neval y Cruces parte de la jurisdicción de Monquirá a 6 minutos del casco urbano.

Los datos relacionados con la finca, son:

- Administración: José Ignacio Huertas
- Dirección: Ubicada a 1,4 kilómetros del casco urbano de Moniquirá
- Teléfono: 317-6547207
- Indicaciones: Casco urbano



**Figura 17.** Agricultor de Finca Mirador en los cultivos de guayaba. (2010)

### **5.5 Superestructura turística**

Godínez (2008) afirma que la superestructura turística “es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, éstas pueden ser nacionales e internacionales, que funcionan con el sentido de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos” (p. 50)

Según el Instituto de Cultura, Turismo y Deporte de Moniquirá (ICUTUDER) con respecto a la multifuncionalidad, y a la caracterización y perfil del municipio (estructura, infraestructura y superestructura turística), se pueden evidenciar, tanto en lo zona rural como en la urbana, las siguientes características que se pueden resaltar del municipio:

Tabla 4

*Distribución de la superestructura turística*

Actividad económica	Detalle
Agrícola	Siembra de caña panelera, guayaba, café, mora, lulo, yuca, entre otros productos.
Agroindustria	Se puede reflejar en: los molinos para la producción de caña panelera; fábricas de bocadillo; tostadoras de café; producción de lácteos; embotellamiento de agua para el consumo humano, entre otras
Pastoreo	Se desarrolla de manera amplia, ya que la carne del municipio tiene una fama a nivel regional, de ser de un excelente sabor y calidad.
Gastronomía y Restauración	En su deliciosa y popular gastronomía, se destaca el típico piquete Moniquireño, la fritanga, el mute, las comidas rápidas, las fruterías y los dulces de guayaba y otras frutas.
Ecoturismo y agroturismo	En Moniquirá, se pueden evidenciar hoteles ecoturísticos, condominios campestres, posadas campestres y viviendas rurales.
Paisajes y sitios naturales	Moniquirá cuenta con un paisaje excepcional para la realización del turismo de naturaleza. Lo bañan dos ríos, Moniquirá y Ubaza, que además se nutren de varias quebradas y riachuelos.
Cultural	Se encuentran con actividades inmateriales como las Ferias y Fiestas del Dulce y el Bocadillo, el Festival de Verano, Semana de la Cultura y Día de la Moniquireñidad, el Festival Nacional de Cuento y Poesía Jairo Aníbal Niño, Semana Santa, Festival del Mararay, Concurso del Burro, Feria Regional Micro Empresarial, entre otras.  También se cuenta con un patrimonio material, como el puente colonial llamado Puente Minas, el Santuario La Cumbre y el Alto del Mazamorra y su Obelisco, construido como memoria histórica de la guerra de los mil días.
Instalaciones	Se puede destacar el siguiente equipamiento:

	<p>Parque Principal Simón Bolívar, Cra. 7 #18-06</p> <p>El Parque Santander, Casco Urbano, Moniquirá, Boyacá</p> <p>El Centro de Acopio, Calle 18 N° 4 - 57</p> <p>La Basílica Menor Nuestra Señora del Rosario, Cl. 19 #3-40</p> <p>El Coliseo Cubierto Municipal, CALLE 18 No. 4 - 53</p> <p>La Piscina Olímpica Subacuática, calle 20 N° 9-90</p> <p>El Estadio Municipal, Calle 8A. C-15</p>
Alojamientos	<p>Los Centros de Recreación como:</p> <p>Comfaboy, vía a Santa Sofía</p> <p>Chiminigagua, Cra. 7 #N° 26 57</p> <p>Los hoteles como:</p> <p>San José, Bachue, Casa Blanca, El Castillo, Engatamá, Palmeras de Luz, Ciudad Dulce, Camila, Los Arrayanes, Balcones de Mónica, Clara Luz, entre otros.</p>
Esparcimiento y Diversión	<p>Majagua Disco Bar, Bar Texas, Bar Barena, La Villa Café Bar, Three Times, Bar Cafetería Mi Ranchito, entre otros. Ubicados en el casco urbano del municipio.</p>
Otros	<p>Agencia de Viajes Tras las Huellas, Calle 18 n #4 01</p> <p>Agencia Niní Tours, Instituto para la cultura, el turismo, el deporte y la recreación Cl. 18 # 4-57</p> <p>Estación de Servicio Terpel, Estación de Servicio Petrobras Moniquirá, frente al Coliseo Cubierto Municipal.</p> <p>Bancos y Cajeros Automáticos, Davivienda, Bogotá, BanAgrario, Finamérica,</p> <p>Bancamía, Cra. 3 # 16 - 163</p> <p>Cajeros ATH, Kr 11 #18-90 y Corresponsal Bancolombia</p>
Carreteras y vías	<p>El municipio está ubicado sobre la Ruta Nacional 62 y la Transversal, que conecta el centro oriente del país, desde Tunja hasta Bucaramanga. Cuenta con vías principales, secundarias y terciarias.</p> <p>Cuenta con un espacio que se utiliza como terminal de transporte. Está a una hora de distancia en vehículo de la capital boyacense, Cra. 9 # 3a 81</p>

	<p>Varias empresas intermunicipales prestan el servicio desde distintos puntos como Bogotá, Tunja, Arcabuco, Santa Sofía, Togüí, Gachantiva y Barbosa, además, cuenta con dos empresas de servicio público municipal y servicios periódicos, hacia las zonas rurales.</p>
Comunicación	<p>Cuenta con servicio de Internet, telefonía local y telefonía móvil. Además, de un canal comunitario, MoniTV y tres emisoras locales Hit Estéreo, Policía Nacional y La Consentida.</p>
Sanidad	<p>Hospital Regional San José, Cl. 6 # 9-67  Estación de Policía Moniquirá, Calle 18 N° 4-53  Se cuenta con alcantarillado urbano con cobertura del 100% y algunos alcantarillados rurales</p>
Energía	<p>Cuenta con alumbrado público en el 100% del área urbana y una parte en la zona rural.  Cuenta con red domiciliaria urbana en un 100% y en un gran porcentaje en la zona rural.</p>
Superestructura Turística	<p>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), Carrera 7 # 20 a-25 Barrio Primavera  Alcaldía Municipal, Cl. 18 # 4-57, Moniquirá, Boyacá  Consejo Municipal Turístico, (ICUTUDER), Calle. 18 N° 4 - 57, Alcaldía Municipal de Moniquirá  SENA Moniquirá, Calle 18 N° 4 - 57, Correo electrónico: <a href="mailto:contactenos@moniquiraboyaca.gov.co">contactenos@moniquiraboyaca.gov.co</a></p>

*Nota.* La anterior tabla muestra la caracterización y perfil del municipio relacionando (estructura, infraestructura y superestructura turística), que permiten evidenciar, las características que se pueden resaltar en Moniquirá, Boyacá.

## 6. Capítulo 2

### 6.1 Características de la demanda turística de Monquirá aplicando instrumentos de recolección de información.

Los espacios en los cuales se abordó a los habitantes del municipio y coterráneos de su tradición, debido a las opciones variadas de la población la identificación de los mismos con el bocadillo, genera un debate en el momento de distinguir el bocadillo como parte del patrimonio gastronómico del municipio.

La entrevista fue una técnica de la investigación que, además de ayudar a reunir información con un enfoque cualitativo soportado en la observación participativa y en la entrevista de profundidad, accede a la interacción, la discusión y la transformación de la realidad. Esta labor que se obtiene con la comunidad, crea un ambiente de confianza para el diálogo y la discusión en torno a un tema particular; el tema del patrimonio gastronómico enfocado al bocadillo de la región. En esta clasificación, jerarquización y problematización del contexto del bocadillo como producto y formas culturales de preparación del mismo, se lograron simplificar con la comunidad por medio de tres etapas de reconocimiento. La primera de ellas es la consolidación del conocimiento tradicional, mediante la recuperación de las técnicas ancestrales y fórmulas para fabricar estos productos característicos.

Es así como se planteó una metodología para investigar la memoria generacional, en la que se halló el paradigma del cómo se identifican los pobladores con el bocadillo, teniendo en cuenta la diferencia de género, edades y su relación con la modernidad. Primero se difirió por medio de entrevistas, selección de aspectos sociales y culturales, que se tomaron como fuentes secundarias. En segundo lugar, se realizó un ejercicio de procesamiento de datos de las fuentes primarias contrastadas con las secundarias, con el fin de examinar la relación de este producto a la cultura alimentaria del municipio.

Para los fines de investigación de este proyecto, se llevó a cabo la aplicación de instrumentos de recolección de información, relacionado con el gusto de los turistas en cuanto a la gastronomía, el agroturismo y el hecho de realizar recorridos en diferentes espacios, experimentando el bocadillo y su fabricación.

De este modo se apoya a la estrategia de crear espacios en donde los turistas puedan vivir experiencias únicas, teniendo contacto natural y cultural con los destinos turísticos propiciando al

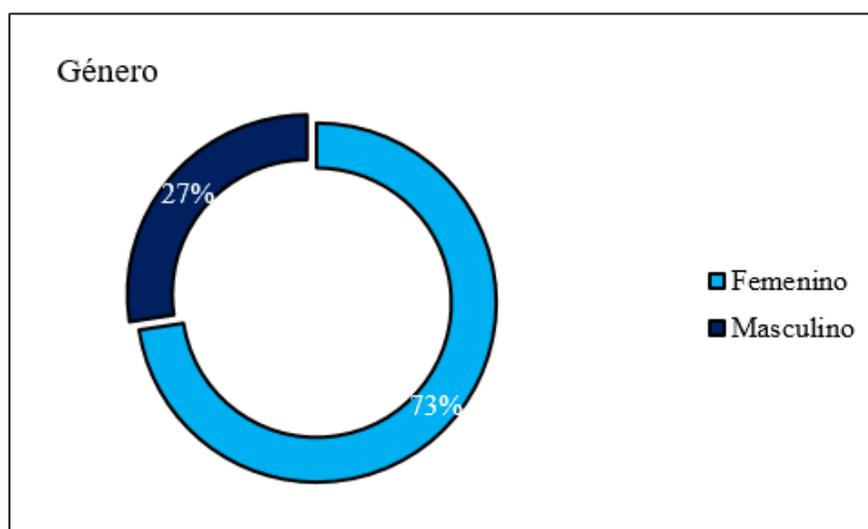
turista al uso de los lugares con el fin de esparcimiento como son los atractivos que ofrece el municipio y asistiendo a los mismos o permitiendo la experimentación de manera independiente, a sitios que podrán visitar con el fin de tener un acercamiento con el destino.

## 6.2 Tabulación y análisis de las encuestas

Después de diseñar la encuesta y aplicar la misma por muestreo por conveniencia, se han obtenido 113 resultados emanados de los datos consignados por los encuestados, especificando que muchos de ellos no se encuentran ubicados en el municipio objeto de estudio, en vista que la recolección de la información primaria no se pudo hacer a los locales, teniendo presente las medidas adoptadas a nivel nacional por la contingencia de la pandemia.

### 6.2.1 Preguntas de aspectos sociodemográficos.

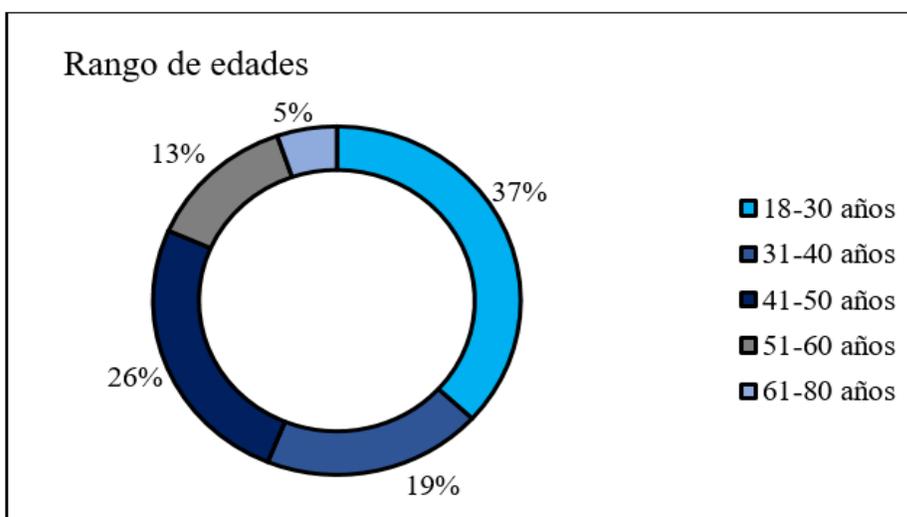
Pregunta 1. ¿A qué género pertenece?



**Figura 18.** Participación de géneros en la encuesta. Autoría propia.

De acuerdo con las personas encuestadas, se evidencia que el 73% pertenecen al género femenino y el otro 27% de los encuestados pertenecen al género masculino. En vista que se utilizó un muestreo por conveniencia las encuestas fueron enviadas de forma masiva, donde la mayoría de las personas interesadas en responder la encuesta corresponde al género femenino; se infiere que las mujeres son más dispuestas a responder este instrumento de investigación y por ende demostraron más intereses en relación a Moniquirá y la ruta turística del bocadillo.

Pregunta 2. ¿Qué rango de edad tiene?



**Figura 19.** Participación de rango de edades en la encuesta. Autoría propia.

Desacuerdo a los informantes encuestados en el municipio de Moniquirá se obtuvo que el 37% de ellos están en un rango de edad entre los 18 y 30 años, otro 26% de los informantes esta entre los 41 y 50 años, el 19% se encuentra entre los 31 y 40 años, otro grupo de personas que corresponde al 13% entre los 51 y 60 años y finalmente un 5% de personas entre 61 y 80 años.

En base a los resultados, las personas encuestadas en el rango de edades de 18 a 30 años que representan la mayoría con un 37%, podrían ser el target de la ruta turística del bocadillo debido a que recorrido va más acorde a su edad.

Pregunta 3. ¿Qué actividad económica desempeña?

Las opciones disponibles en la encuesta en relación a la anterior pregunta, se especifican a continuación las cuales se podían elegir con múltiple respuesta.

- Estudiante
- Empleado
- Desempleado
- Independiente
- Pensionado



**Figura 20.** Porcentajes de las actividades económicas desempeñadas por los encuestados. Autoría propia.

Se evidencia que el porcentaje más alto de los encuestados son personas empleadas representadas por un 42%, un 28% son personas independientes, otro 13% son estudiantes, seguido por personas desempleadas que representan un 9%, los pensionados corresponden a un 2% al igual que los estudiantes independientes y los estudiantes empleados y finalmente el 1% corresponde a los empleados e independientes y a los independientes pensionados.

Tomando los datos que se evidencian en la encuesta, el 42% representado por personas empleadas y el 28% que representan a las personas independientes, serían el grupo específico por

su actividad económica, así podrían generar turismo en Moniquirá, interesándose en la ruta Turística del bocado.

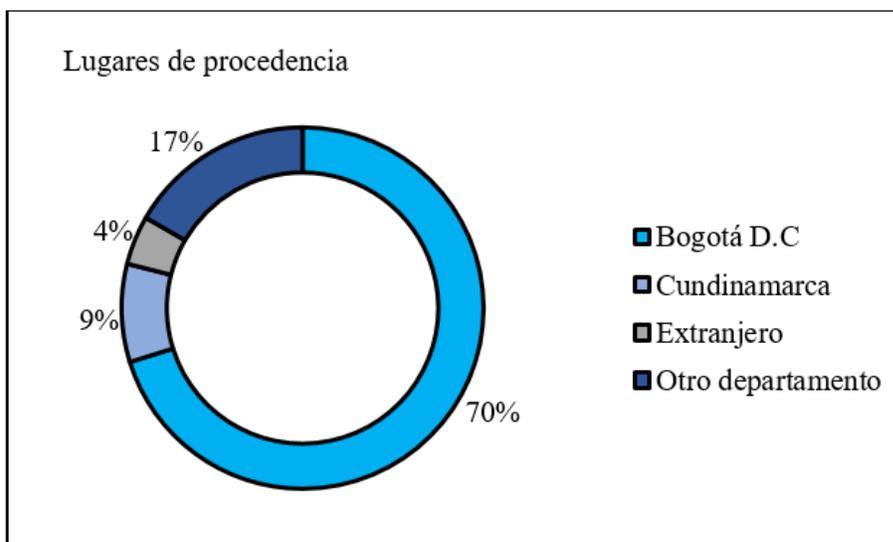
Tabla 5

*Participación de las actividades económicas de los encuestados.*

Etiquetas de fila	¿Qué actividad económica desempeña?
Desempleado	10
Empleado	48
Empleado, Independiente	1
Estudiante	15
Estudiante, Empleado	2
Estudiante, Independiente	2
Independiente	32
Independiente, Pensionado	1
Pensionado	2
Total general	113

*Nota.* Representa la actividad económica desempeñada, teniendo en cuenta la participación por personas encuestadas.

Pregunta 4. ¿Cuál es su procedencia?

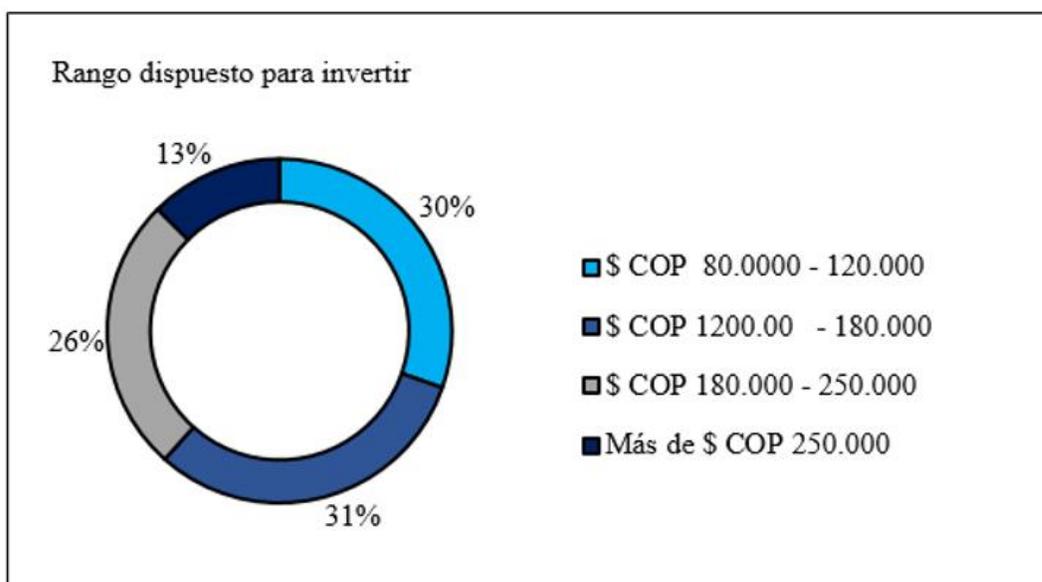


**Figura 21.** Distribución por lugar de procedencia de los encuestados. Autoría propia.

En la gráfica se evidencia, que el 70% de los encuestados procede de la ciudad de Bogotá, un 17% de otros departamentos, otro grupo del departamento de Cundinamarca con un 9% y finalmente un 4% de procedencia es extranjera.

Siendo su porcentaje de participación la mayor con un 70% las personas de la ciudad de Bogotá podrían ser las personas más interesadas en visitar Moniquirá y la ruta turística del bocadillo, debido a su cercanía y su intención de generar turismo en dicho departamento.

Pregunta 5. De los siguientes rangos seleccione cuanto estaría dispuesto a invertir en una visita al municipio de Moniquirá en Boyacá.

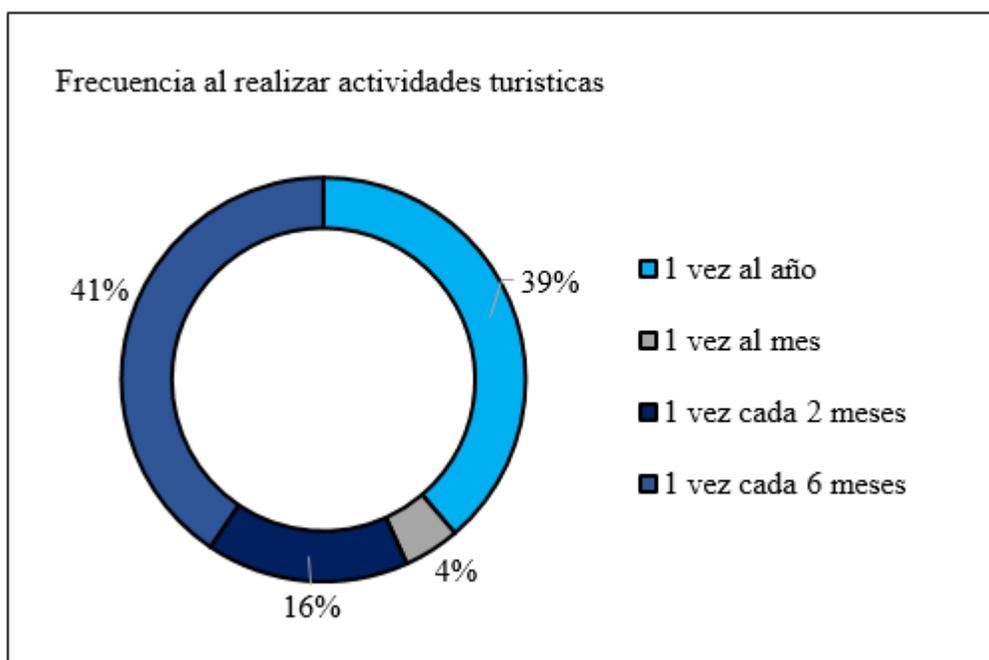


**Figura 22.** Rango de inversión de los encuestados, para visitar el municipio. Autoría propia.

La gráfica muestra los rangos de inversión a los que los turistas estarían dispuestos a llegar en una visita al municipio de Moniquirá; el 31% de los encuestados estarían dispuestos a invertir de 120.000 a 180.000 COP, seguido de 30% de encuestados llegarían a invertir de 80.000 a 120.000 COP en su visita, 26% personas invertiría de 180.000 a 250.000 COP y finalmente 13% personas pagarían más de 250.000 COP en su visita a Moniquirá.

Tomando los datos de inversión en una visita al Municipio de Moniquirá se podría sacar el valor de la ruta turística del bocadillo en Moniquirá, teniendo en cuenta toda la inversión de las personas en toda la visita al municipio y cuanto estarían dispuestos a invertir en la ruta.

Pregunta 6. ¿Cada cuánto realiza actividades turísticas?



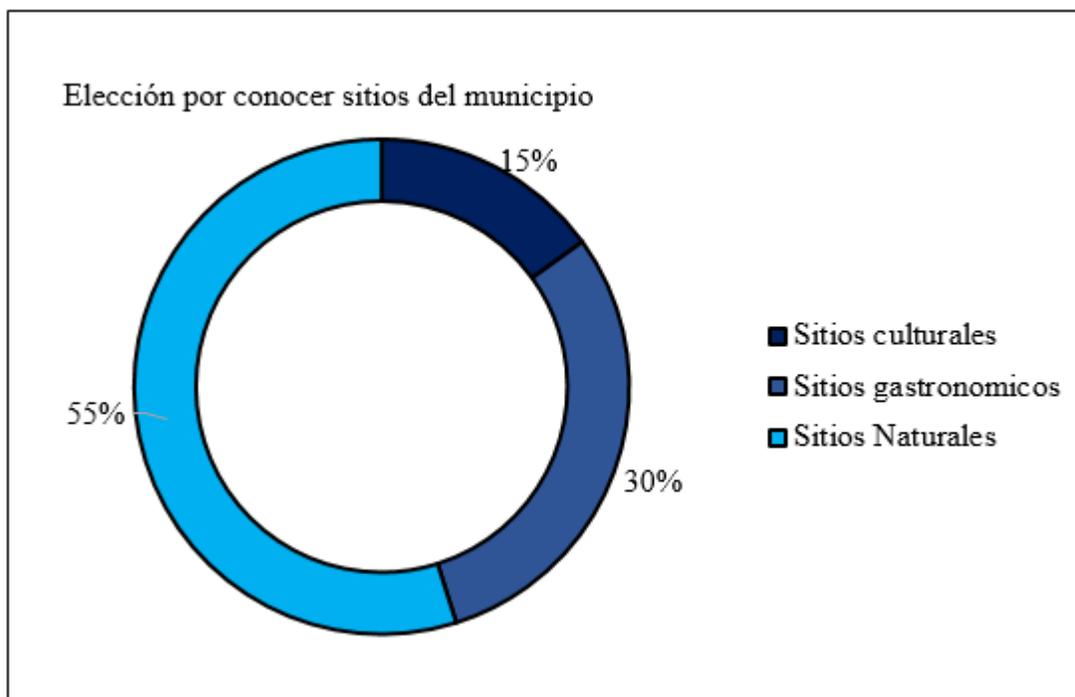
**Figura 23.** Recurrencia de los encuestados en viajar. Autoría propia.

La gráfica muestra que el 41% de las personas encuestadas realizan actividades turísticas 1 vez cada 6 meses, seguido por 39% personas que realiza dichas actividades una vez al año, seguida por 16% personas que realizan actividad turística 4% vez al mes.

En este aspecto todas las personas encuestadas son de interés para la ruta Turística del Bocado, todas las personas realizan actividades turísticas y podrían interesarse en visitar a Monquirá y conocer de la ruta turística del bocado.

### 11.2.2 Preguntas de aspectos preferenciales

Pregunta 7. ¿Qué otro lugar le gustaría conocer en el municipio de Monquirá?

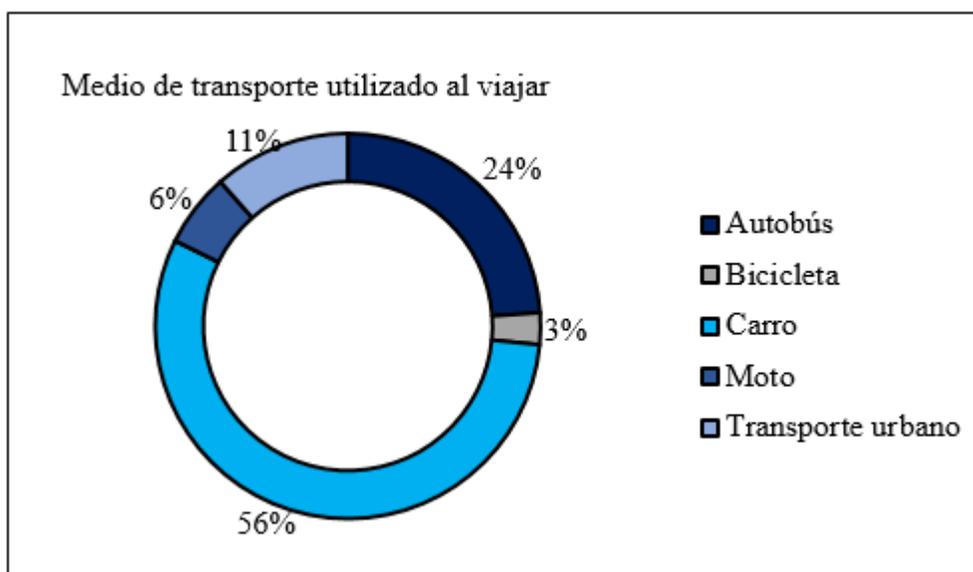


**Figura 24.** Participación de los encuestados por conocer atractivos turísticos del municipio. Autoría propia.

La gráfica muestra que la totalidad de los encuestados estarían interesados en conocer otros sitios turísticos del municipio de Moniquirá, 55% de las personas le interesarían los sitios naturales, seguido de 30% personas que muestran interés en los sitios gastronómicos, finalmente 15% personas se interesarían por los sitios culturales.

Dicha muestra es positiva para la ruta turística del bocadillo en Moniquirá debido al gran interés de la mayoría de encuestados en sitios naturales y gastronómicos que se relacionan directamente con la ruta.

Pregunta 8. Cuando se dirige a un destino turístico ¿Qué tipo de transporte utiliza?

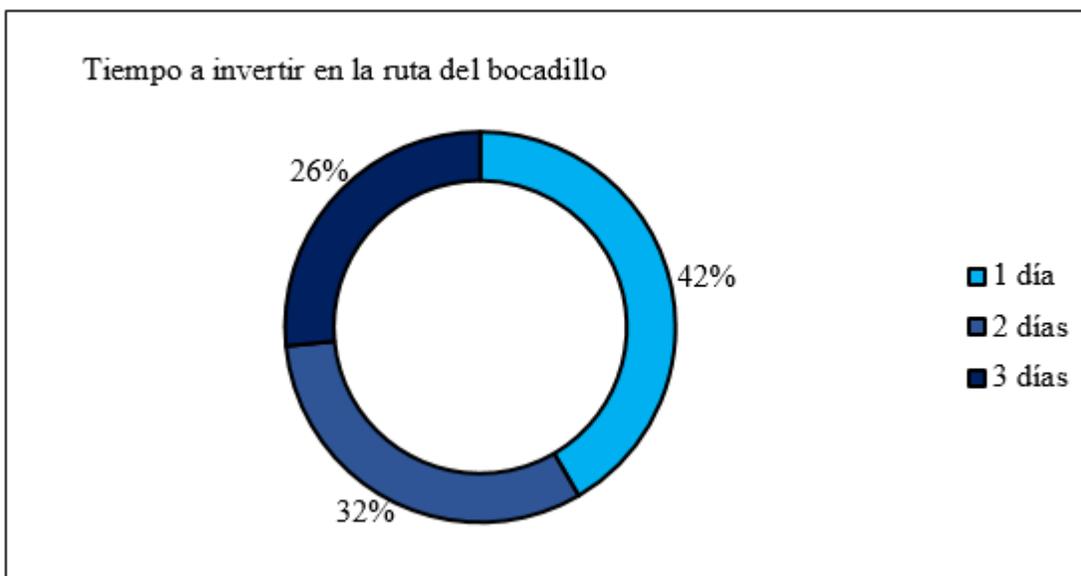


**Figura 25.** Participación del medio de transporte usado por los encuestados, a la hora de viajar. Autoría propia.

Los resultados sobre la pregunta del tipo de transporte que utiliza al visitar un destino turístico muestra que del 100% de personas encuestadas, 56% de personas se transporta en carro, el 24% en autobús, el 11% en transporte urbano, el 6% se moviliza en moto y finalmente el 3% en bicicleta.

Debido a la infraestructura con la que cuenta el municipio, los tipos de transporte son compatibles para la visita a Moniquirá.

Pregunta 9. ¿Cuánto tiempo estaría interesado en invertir en una ruta turística del bocadillo?

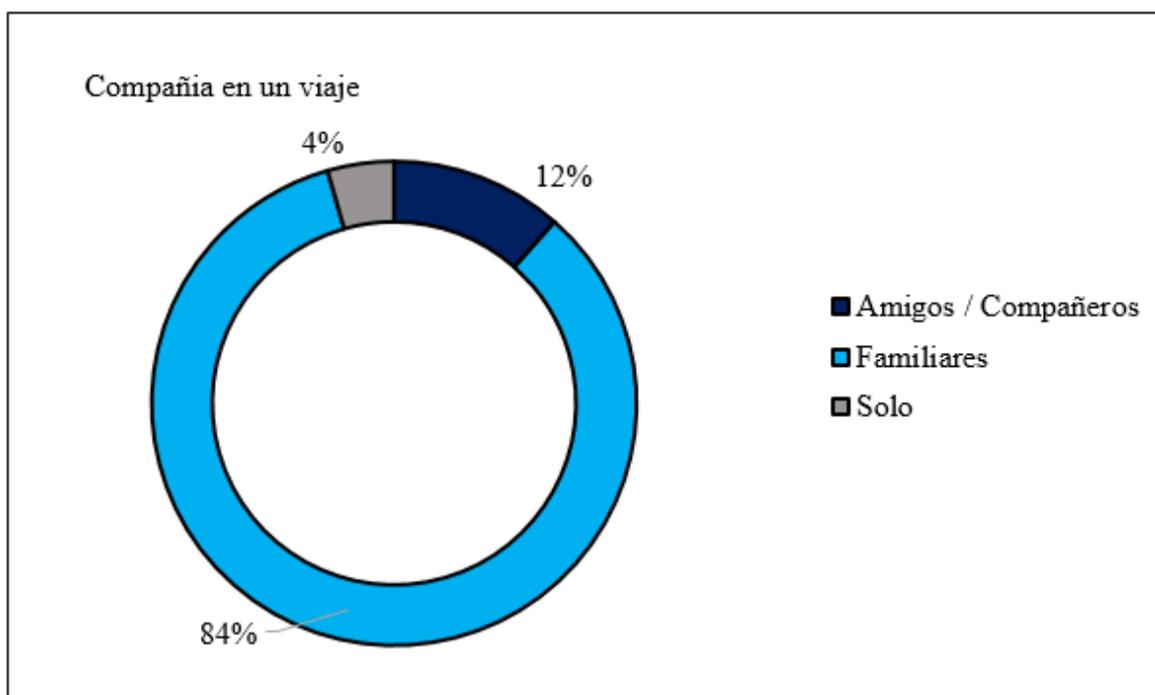


**Figura 26.** Tiempo que el encuestado está dispuesto a invertir en una ruta del bocadillo por el municipio de Moniquirá. Autoría propia.

Mediante la gráfica se demuestra el tiempo que los encuestados estarían dispuestos a invertir en una ruta turística del bocadillo, donde la mayoría representada en un 42% invertiría un día en dicha ruta, el 32% estaría dispuesto a disponer 2 días en la ruta y el 26% llegaría a invertir 3 días en la ruta turística del bocadillo.

Con la información recopilada en esta pregunta se podría tener en cuenta la disposición de tiempo que las personas emplearían en una ruta turística del bocadillo donde la mayoría de encuestados piensa que de 1 a 2 días sería el tiempo necesario para dicha ruta.

Pregunta 10. ¿Usualmente con quién realiza sus viajes?



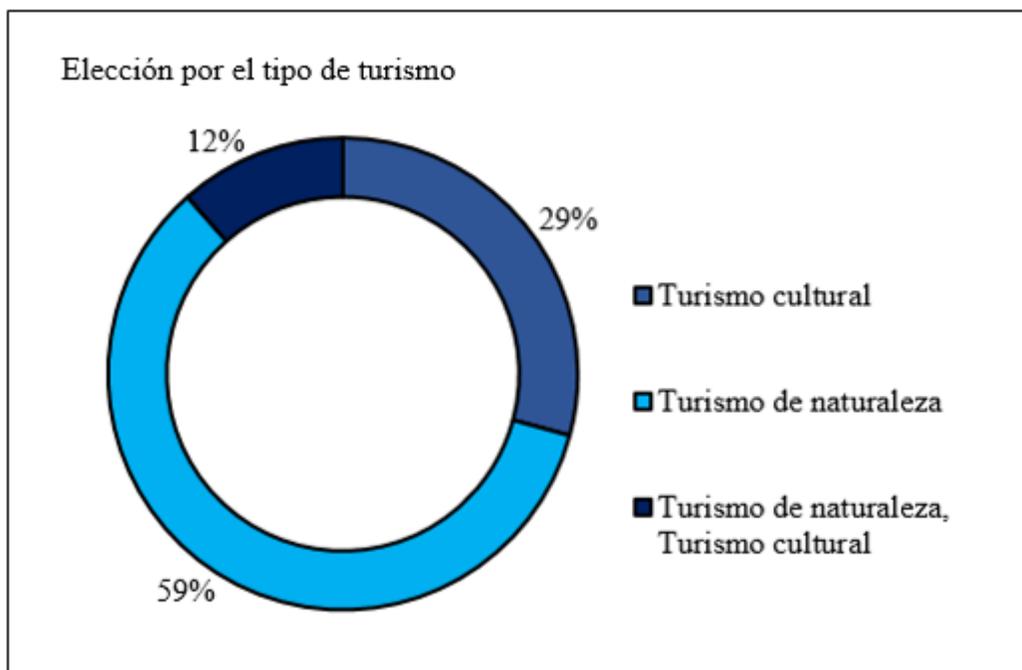
**Figura 27.** Participación de los encuestados de las personas con las que viaja. Autoría propia.

En la gráfica se evidencia con quien realizan sus viajes los encuestados, a lo que ellos respondieron: El 84% viaja con sus familiares, seguidos del 12% que viaja junto a sus amigos y/o compañeros, finalmente el 4% prefiere viajar sólo.

Esta información demuestra que la mayoría de personas realiza sus viajes con sus familiares, con base a los datos, la ruta turística del bocadillo podría tomarse adecuarse y tomarse como una opción para realizarla en familia.

### 11.2.3 Preguntas de aspectos motivacionales

Pregunta 11. ¿Hacia qué tipo de turismo se orientan sus viajes?

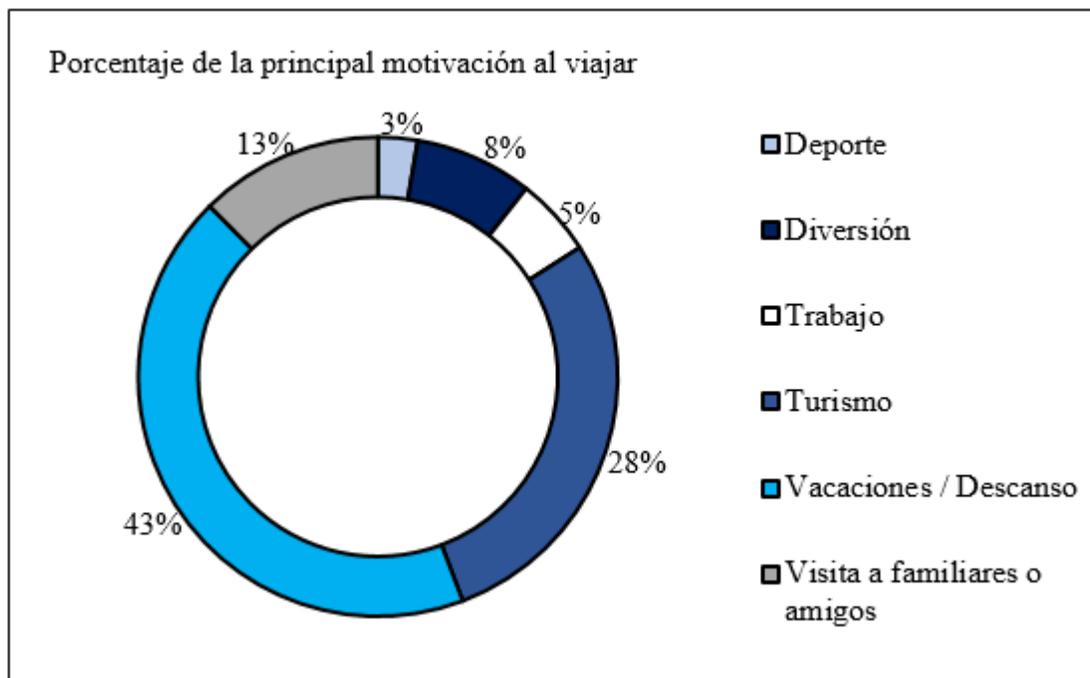


**Figura 28.** Preferencia por el tipo de turismo de los encuestados. Autoría propia.

La gráfica muestra las respuestas de hacia que tipo de turismo se orientan los viajes de los encuestados donde 59% personas respondieron que hacía el turismo de naturaleza, mientras que 29% personas prefieren el turismo cultural, finalmente a 12% personas les interesa los dos tipos de naturaleza.

Las respuestas demuestran en gran interés de las personas en participar en turismo que se relacione con la naturaleza y cultura, esta relación es ofrecida en la ruta turística del bocadillo en Moniquirá.

Pregunta 12. Cuando viaja ¿Cuál es su principal motivación al realizar un viaje?



**Figura 29.** Distribución de la motivación al viajar de los encuestados. Autoría propia.

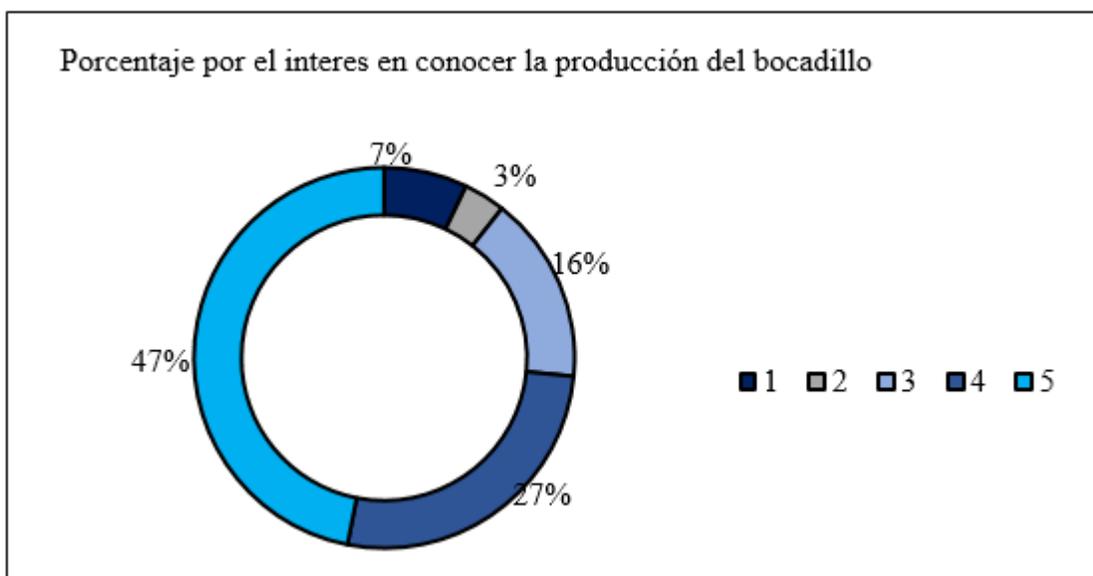
En los resultados arrojados de la anterior gráfica, se evidencia para 43% personas la principal motivación al viajar es de vacaciones y descanso, 28% personas respondieron que, por turismo, seguido de 13% personas que viajan para visitar a sus familiares o amigos, 8% personas respondieron que realizan viajes en busca de diversión, seguido de 5% personas que viajan por trabajo y finalmente 3% personas respondieron que viajan por deporte.

Los datos demuestran que las principales motivaciones para realizar un viaje son vacaciones, descanso y turismo, la mayoría de encuestados respondieron positivamente frente a esta pregunta, demostrando que la ruta turística del bocadillo siendo una actividad turística podría ser tomada en cuenta por dichas personas.

Pregunta 13. Estaría interesado en conocer el proceso de fabricación del bocadillo en Moniquirá. Siendo 1 lo menos interesado y 5 lo más interesado.

De acuerdo con las respuestas disponibles para la pregunta anterior, la escala del 1 al 5 se distribuye de la siguiente manera:

- 1: Nada interesado
- 2: Poco interesado
- 3: Parcialmente interesado
- 4: Interesado
- 5: Totalmente interesado



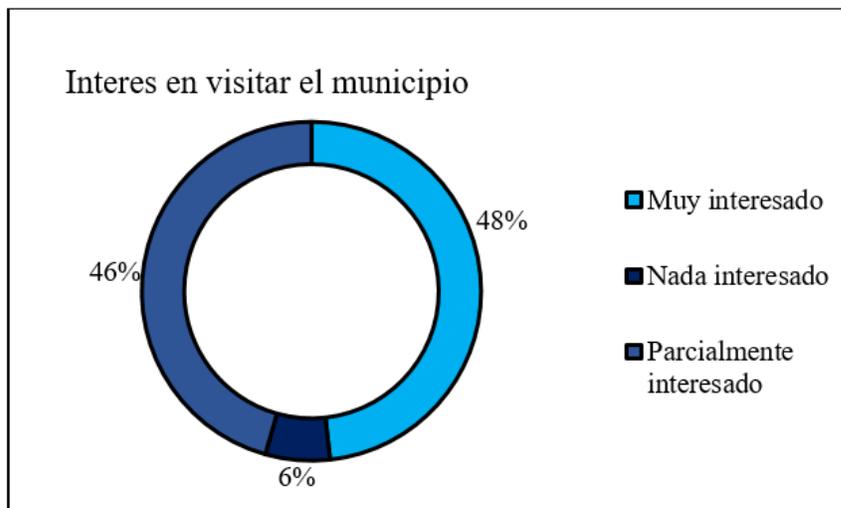
**Figura 30.** Distribución por el interés en la producción del bocadillo, por los encuestados. Autoría propia.

Se evidencia en la anterior grafica que, de las 113 personas encuestadas, el 47% les pareció muy interesante la idea de conocer la producción del bocadillo en el municipio de Moniquirá, sumando al 27% de los encuestados quienes seleccionaron la escala 4 donde se sienten interesados de forma neutra. De acuerdo con lo anterior, se puede inferir que posiblemente el 16% de los encuestados sean cliente potencial en el escenario bajo el cual se ejecute la ruta del bocadillo en el destino; adicional, al no seleccionar la escala 3 se puede denotar el interés en conocer todos los procesos inmersos en la producción del bocadillo, como lo son la recolección de la guayaba, el área de producción y/o transformación de la materia prima del alimento y el expendio del mismo.

En definitiva, se excluyen el 7% de los encuestados, los cuales se vieron motivados a seleccionar la escala 1 y se pueden traducir en no consumidores en el escenario bajo el cual se ejecute la ruta del bocadillo en el destino. Puede que se hayan visto impulsados a seleccionar esta escala de nada

interesados, ya sea porque no tienen gustos por el alimento, no les interesa la producción del bocadillo o tiene un desagrado en conocer esta producción en el municipio de Moniquirá.

Pregunta 14. ¿Estaría interesado en el municipio de Moniquirá para hacer turismo?



**Figura 31.** Nivel de interés en visitar el municipio por los encuestados. Autoría propia.

En la gráfica se evidencia, que el 48% de los encuestados está muy interesado en el municipio de Moniquirá, con un 46% como se evidencia en la gráfica los encuestados están parcialmente interesados y finalmente un 6% no demuestran ningún interés en visitar el municipio.

### 6.3 Perfil del turista

Según ProColombia (2017) el Perfil del Turista se define como

Un estudio de mercado, que se viene realizando de manera sistemática, con el objetivo de conocer las características, hábitos, intereses y gasto de los turistas que realizan viajes turísticos.

Para su elaboración, se realizan encuestas a personas a partir de los 15 años de edad, que viajan por un motivo diferente al de residencia o trabajo remunerado en el mundo.

La difusión de los resultados de este estudio busca ofrecer información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico y pone a disposición, información útil que les permita crear productos y servicios con valor agregado para satisfacer las demandas de los turistas. ProColombia (2017) p. 01

Teniendo en cuenta los análisis de la encuesta y la mayor participación porcentualmente de cada pregunta, se determina en términos socioeconómicos que el perfil del turista que más se acomoda a la ruta turística del bocadillo son clientes de género femenino, en vista que el 73% de los encuestados corresponden a este sexo, donde se deduce que fueron las mujeres las personas que se sintieron motivadas a responder la encuesta. Adicional, la edad más seleccionada por los encuestados varía entre los 18 a 30 años con una participación del 37% y de 41 a 50 años corresponden al 26% de los encuestados.

Las actividades económicas más usuales practicadas por los encuestados, corresponden a la ocupación de empleado con un 42% de participación y la ocupación de independientes con el 28% de participación. La procedencia más seleccionada por los encuestados corresponde a Bogotá con un 70% de participación, los rangos de inversión que están dispuestos a gastar varían entre COP \$80.000 a COP \$120.000 con una participación del 30% de los encuestados y se disputa con un rango de COP \$120.000 a COP \$180.000 con una participación del 31% de los encuestados.

Finalizando las características del perfil de carácter sociodemográfico se evidencia que el 41% de los encuestados realizan actividades turísticas 1 vez cada 6 meses y adicional el 39% de los encuestados realizan actividades turísticas 1 vez cada año.

Del perfil del turista se destacan aspectos preferenciales en la elección por conocer otros sitios del municipio, inclinándose el 55% de los encuestados por el querer conocer los sitios naturales. El medio de transporte más utilizado al momento de viajar es en carro con un 56% de participación, el tiempo que oscila dispuesto para invertir y disfrutar por parte del turista en la ruta turística de bocadillo es de 1 día con un 42% de preferencia y también de 2 días en relación al 32% de preferencia.

El 84% de los encuestados responden que usualmente realizan actividades turísticas con familiares, donde se destaca este aspecto preferencial como el porcentaje más alto seleccionado en la encuesta.

Por último, los aspectos motivacionales que se relacionan con el perfil del turista para la ruta del bocadillo en el municipio de Moniquirá, demuestra que el 59% de los encuestados se inclinan por el turismo de naturaleza y como otro aspecto motivacional el 43% se siente motivado a viajar por vacaciones/descanso.

La motivación de conocer el proceso de fabricación del bocadillo, se destaca que el 47% de los encuestados les atrae ir al municipio para realizar actividades relacionadas con este proceso. A estos aspectos se suma que el 48% de los encuestados se ven altamente motivados a conocer el destino, como también el 46% de ellos se demuestra están parcialmente interesados.

## **7. Capítulo 3. Diseño y elaboración de la propuesta de ruta del bocadillo en el municipio de Moniquirá**

### **7.1 Ruta turística**

Vargas (1997) citado por Peñarrieta (2012) habla de una ruta turística como “un itinerario seguido a partir de un sitio de partida en una determinada dirección” (p. 08).

Para Torres (2006) define la ruta “como un camino prefijado, con unas referencias históricas, que constituyen un recurso para el turismo de forma que, una vez puesto en valor, se transforma en base para la oferta de productos turísticos y en productos turísticos ellos mismos.” (p. 86)

Según Chan (1996) citado por Molina (2013) define de la ruta turística es

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, señalética, incorporando miradores y zonas de estacionamiento seguros para los usuarios. (p. 28)

Según Morales (2000) citado por Molina (2013) para el diseño de la ruta turística 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 participes 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. (p. 80)

Otro gran aporte al concepto lo hace Goodall (1998) citado por Molina (2013) quien define

Las rutas o caminos trazados para que turistas o viajeros puedan conocer y visitar diferentes atractivos turísticos. Existen dos tipos de rutas turísticas:

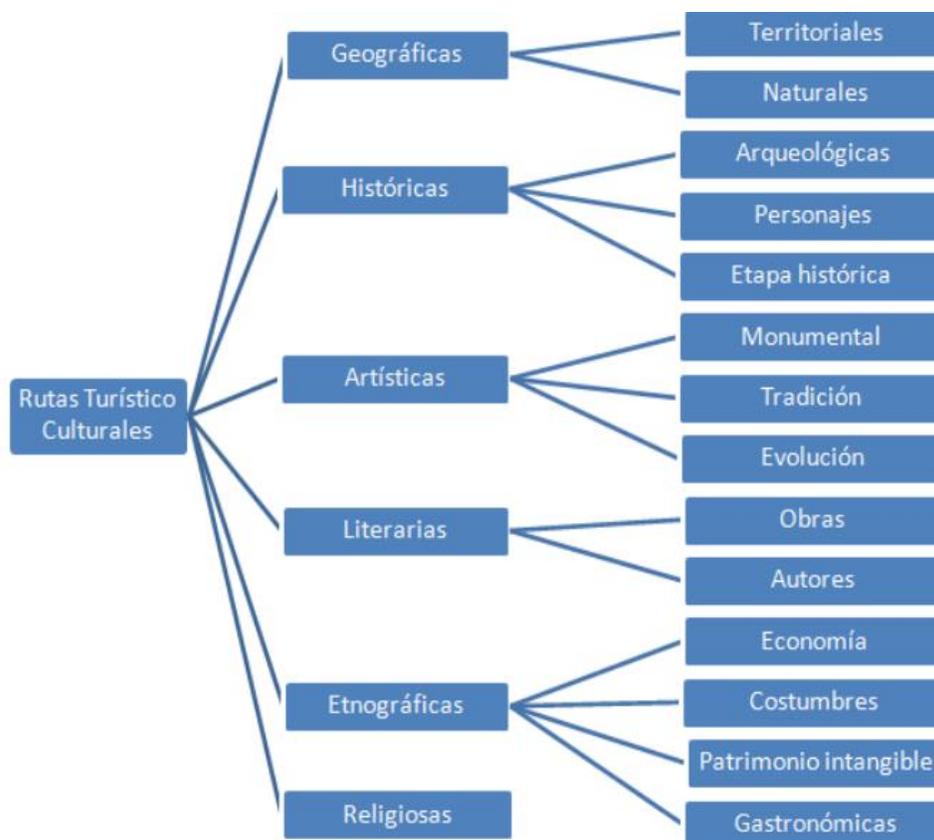
Circulares: tienen un punto de partida y tienen atractivos naturales como paisajes haciendo paradas en puntos de interés.

Lineales. se puede decir que van como lo indica su nombre, en línea, y los destinos turísticos se encuentran ligados entre sí por medio de características en común. (p. 80)

Antes de avanzar es necesario rescatar la importancia de la ruta turística como factor de desarrollo económico en vista que el éxito del diseño de estos productos depende de su planificación, pero no siempre depende solamente de su elaboración y estructura, sino también que hay que contemplar que los recursos culturales no siempre se convierten en producto turístico, solamente hasta que el mismo esté adecuado con unas condiciones específicas para ser usado y contemplando la capacidad de carga, el deterioro que tenga el recurso y evidenciar que puede ser sostenible. Abeal y Rodríguez (2016) brindan esta posición para introducir a la importancia del itinerario en el desarrollo del producto turístico y concluyendo lo anterior que al no estar disponible el recurso al público, no se podrá ofertar.

Añaden que este el producto turístico tiene como objetivo resaltar lo mejor de un territorio, del cual se puede dividir en varias ramas y se puede sacar más provecho con más productos implementados para fomentar la segmentación de comercialización en el espacio geográfico, añadiéndole mayor valor.

Torres (2006) hace referencia que las rutas culturales “son desarrolladas directamente por el turista, constituyendo el referente geográfico ante una motivación cultural dispersa de desplazamiento” (p. 87). Añade que se pueden clasificar este tipo de rutas de acuerdo con su contenido relacionados con las motivaciones que puede llegar a tener implícito el turista, pero haciendo hincapié que pueden ser infinitos los aspectos culturales por los cuales un hombre de desplace en su tiempo libre a desarrollar actividades turísticas y siendo infinitas sus combinaciones.



**Figura 32.** Clasificación rutas turístico culturales. Abeal, Rodríguez. (2016).

La importancia de la anterior figura se relaciona con el diseño de una identificación de las diferentes tipologías en las que se pueden dividir la ruta turística cultural, el cual contempla un itinerario de la misma índole y es confirmada en la Carta de los Itinerarios Culturales de ICOMOS del año 2008 donde se revela su interés histórico a través de caminos o rutas.

En este sentido el proyecto ruta turística del bocadillo por el municipio de Moniquirá, se clasifica de tipo etnográfico y su clasificación de tipo gastronómico, ya que se pretende resaltar la importancia del municipio como productor del alimento que se distribuye de forma nacional e internacional y como en este sentido, el municipio se apropia de su cultura para permitir que el alimento se convierta en una oportunidad de emprendimiento, desarrollo local y en este caso, por medio del proyecto recalcar como se puede convertir en una oportunidad de índole turístico a través del desarrollo de una ruta cultural.

Abeal y Rodríguez (2016) afirman que “una ruta cultural debe poseer una agrupación de ingredientes para que sea viable técnicamente y vendible” (p. 5). Lo anterior en vista que pueden

existir factores que impidan el desarrollo y ejecución de la ruta, como lo es “una inadecuada infraestructura, o cuestiones que afecten a su diseño y gestión, como contener recursos que no se pueden visitar por las dificultades en su acceso” (p. 05) y nombran una perspectiva que se deja de lado en el análisis de la oferta relacionado con la poca atención que se le brinda a el interés y deseos que puede tener el visitante.

Según Benítez (2020) destaca unos elementos fundamentales para constituir y ejecutar una ruta turística:

- Selección de la región o zona objeto de estudio.
- Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación)
- Selección de los atractivos: Monumentos, iglesias, sitios naturales.
- Nombre de la ruta: por ejemplo: Ruta del café, ruta del vino.
- Medios de transporte: Terrestre, aéreo y acuático.
- Descripción de actividades y puntos de interés a visitar: Museos, parques naturales, monumentos, etc.
- Tiempo y duración del recorrido.
- Itinerario de la ruta: Horario de salida, horario de llegada, destinos, actividades, entre otros.
- Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística.

Adicional Benítez contempla cuatro fases para de determinar o establecer un producto turístico, en este caso para una ruta turística:

### 1. Primera fase

- Realizar un cuidadoso inventario de los atractivos turístico de la zona.
- Clasificar dichos atractivos, y definir cuál o cuáles de ellos, harán parte de la ruta. De acuerdo a estudios de demanda local e internacional.
- Hacer un diagnóstico de la infraestructura de la zona o región, definiendo sus fortalezas y debilidades. Planes de acción y estrategias corto y mediano plazo.
- Seleccionar la o las rutas aptas para la zona, los atractivos y el perfil del cliente objetivo.
- Escogencia de los puntos de: Salida, Parada con estancia, Llegada.
- Analizar y valorar las posibles rutas alternativas con respecto a los puntos intermedios de la ruta.
- Determinar los recorridos internos de interés, si los hubiere, en los distintos puntos de parada con estancia.

### 1. Segunda fase. Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística.

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Servicio de guías y visitas
- Actividades recreativas
- Otras actividades

### 2. Tercera fase

- Determinación de los costos y gastos de operación.
- Costos fijos
- Costos variables
- Gastos generales
- Imprevistos
- Presupuesto total

### 3. Cuarta fase

- Determinación de precios y beneficios netos de operación.
- Cálculo tarifa por persona
- Determinación del beneficio neto

## **7.2 Diseño de la ruta turística**

El aspecto más representativo dentro de este diagnóstico es la determinación de los puntos de interés que se visitarán a lo largo del itinerario. Para la selección de estos lugares y pensando en el consumidor en calidad de turista, se tienen en cuenta los elementos necesarios para el diseño de la ruta turística que Rodríguez (citado por Barragán 2017) especifican

- Elegir un lugar adecuado para emplazar la ruta.
- Realizar un inventario de los recursos del lugar.
- Definir el largo del recorrido y selección del contenido de la ruta (puntos de interés, tiempo con que cuentan los visitantes para el recorrido, discurso enriquecedor que se dará en el transcurso de la ruta).
- Diseño de la ruta: hacer mapas que permitan visualizar el recorrido, establecer las dimensiones de la ruta, trazar el recorrido, diseño de atractivos y plan del itinerario.
- Construcción del itinerario: realizar la señalización correspondiente en el lugar, realizar los preparativos necesarios para el funcionamiento.
- Modalidad de utilización de guía: por un experto de la zona, auto-guiado o mixto.
- Mantenimiento: procurar siempre por la seguridad del visitante, controlar los posibles impactos negativos en el recurso y su desgaste, así como mantener los medios interpretativos en buen estado.
- Evaluación de la Ruta: si es congruente y el grado de captación del mensaje, si los medios son efectivos, si el personal que recibe al visitante es efectivo, el impacto que se genera en el entorno.
- Además, de lo anterior para Espín (S.F) los elementos que caracteriza a las rutas turísticas son las siguientes:
  - Selección de la región o zona objeto de estudio.
  - Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación).
  - Selección de los atractivos: fábricas de bocadillo y veredas.
  - Nombre de la ruta: por ejemplo: Ruta del café, ruta del vino.
  - Medios de transporte: Terrestre, aéreo y acuático.
  - Descripción de actividades y puntos de interés a visitar: Museos, parques naturales, monumentos, etc.
  - Tiempo y duración del recorrido.
  - Itinerario de la ruta: Horario de salida, horario de llegada, destinos, actividades, entre otros.
  - Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística. (Pg. 7).

- Cada uno de los anteriores elementos fue llevado a cabo en la ruta del bocadillo en el municipio de Moniquirá, con el fin de garantizar total viabilidad.

Para el diseño de la ruta se deben establecer unos pasos como: Estructuración de la ruta, determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística, determinar los costos y gastos de la operación y, por último, cómo se realizará la divulgación y comercialización de la ruta.

Para el diseño de la ruta turística del bocadillo por el municipio de Moniquirá surgió la clara necesidad de determinar dos fases primordiales para la evaluación de la propuesta como producto turístico.

La primera fue la realización del inventario turístico material e inmaterial del destino, donde se pretendió establecer las condiciones básicas del municipio como sus vías de acceso, atractivos del municipio y servicios prestados en el destino.

Pese a la importancia que pertenece a los inventarios turísticos con el objetivo de controlar y manejar los recursos, surge la necesidad de analizar los atractivos turísticos del municipio donde se especifique si cumplen con las condiciones necesarias para integrarse en la ruta, buscando brindar al turista un acercamiento más profundo al municipio mediante diversas experiencias y contemplando la capacidad de carga, estado de conservación del recurso y la accesibilidad del mismo.

Los inventarios de las fincas donde se cultiva la guayaba y las fábricas productoras de bocadillo, fueron imprescindibles en la articulación de los recursos para ofertar en la ruta turística. El objetivo principal de esta identificación fue de gran importancia para la elección de los sitios que serían utilizados en la ruta turística, en busca de brindar al turista toda la información e interacción posible con la guayaba y el bocadillo.

En conclusión, los inventarios turísticos permitieron determinar que Moniquirá tiene el potencial necesario para la ejecución de una ruta turística del bocadillo, producto turístico que le brindará al municipio un reconocimiento relacionado con su cultura gastronómica.

La segunda fase que fue necesaria para el análisis del diseño del producto turístico, se determina a partir del análisis de los datos obtenidos por medio de fuentes primarias en las herramientas de recolección. En las encuestas se evidencia que las mismas proporcionan el insumo para definir las

preferencias de las personas frente a temas principales en la realización de la actividad turística, relacionando temas específicos como la producción del bocadillo e identificando su interés, motivación y preferencias frente al patrimonio gastronómico del municipio.

Esta técnica de investigación utilizadas como la mejor herramienta en la recopilación de información, adicional de estructurar el proyecto y brindar una perspectiva diferente del agente turístico, permitiendo a las personas encuestadas adquirir conceptos básicos relacionados con turismo y permitir conocer brevemente del municipio.

Cabe recordar que las encuestas ejecutadas adoptaron un muestreo por conveniencia debido a la pandemia que atraviesa el mundo. Sin embargo, fue un logro que complementó la información para obtener el perfil del turista y darle un diseño a la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá.

La encuesta aplicada tolera que el perfil de cliente que se determinó es el más indicado para llevar la estrategia de comercialización, en vista que se infiere datos tan importantes como la cuantía que está dispuesto a invertir el turista en la ruta y adicional, qué condiciones se deben tener presente en el diseño de la oferta, como lo es el contemplar los medios de transporte, las preferencias de las personas por los atractivos a visitar y la inclinación de los encuestados por la tipología que se consigue en el destino, teniendo presente los recursos que son producto turístico de la región.

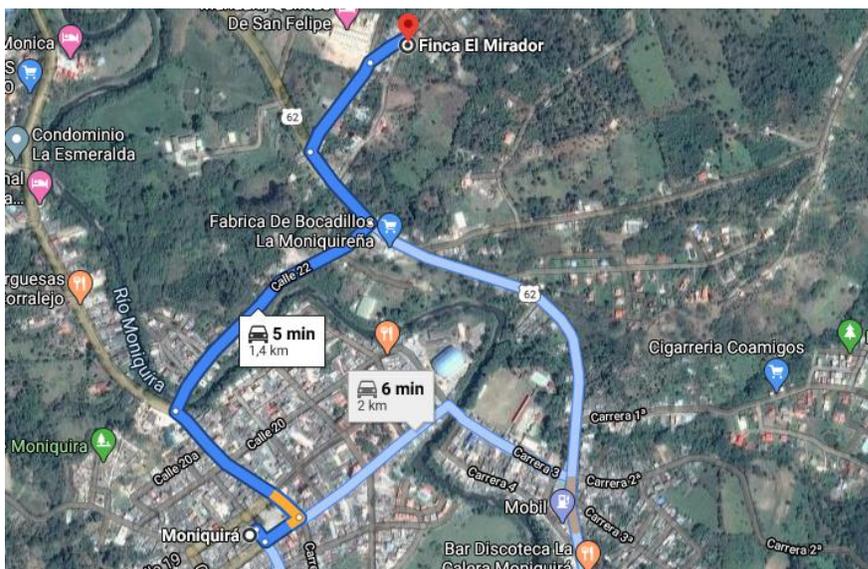
Se determina que el producto turístico más idóneo para permitir el reconocimiento del destino es la implementación de una ruta turística, ya que la misma permite integrar varios recursos ligados con aspectos patrimoniales, autóctonos y disponibles en el destino. Adicional, se permite crear un escenario relacionado con el contacto campestre, el cual no se gana en una metrópolis como Bogotá y ello accede a expandir el mercado de descanso que se encuentre aledaño a la capital del país colombiano y objetivamente, permitiendo una experiencia diferente a la disponible en destinos aledaños a Moniquirá.

### **7.2.1 Determinación de recursos y locaciones para el desarrollo de la ruta.**

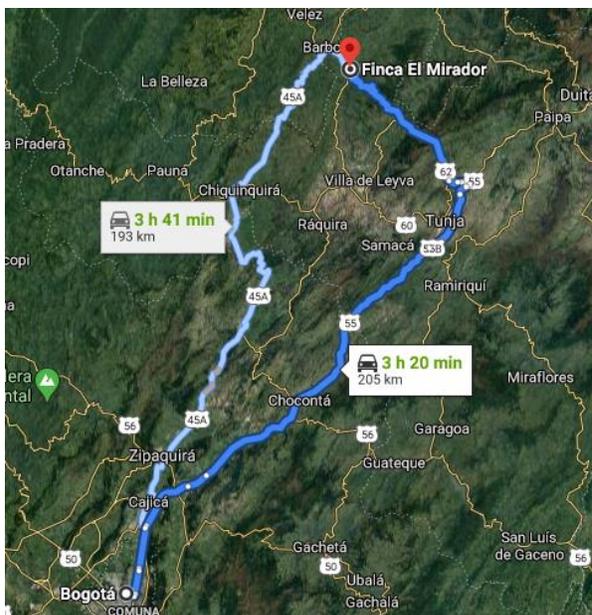
Evaluando los recursos disponibles para el diseño de la presente ruta y teniendo en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas, se determinó en primera instancia los diferentes atractivos y locaciones del municipio que se van a contemplar a lo largo del itinerario.

- Finca con cultivo de Guayaba

Entre los recursos que se contemplan en el itinerario los cuales son necesarios en vista del objetivo del proyecto, son las fincas productoras de la guayaba. La Finca el Mirador es uno de los escenarios necesarios para la ejecución de la ruta, en vista que son productores de guayaba silvestre, predio que se localiza en la vereda Neval y Cruces ubicada a 1,4 kilómetros del casco urbano de Moniquirá en el departamento de Boyacá. Al Sur colinda por el límite externo del centro recreacional de Comfaboy.



**Figura 33.** Mapa con las posibles rutas para llegar a la Finca Mirador desde el casco urbano de Moniquirá. Google Maps. (2020).



**Figura 34.** Mapa con las posibles rutas para llegar a la Finca Mirador desde Bogotá. Google Maps. (2020).

Este recorrido pretende que los visitantes aprovechen su tiempo de ocio, permitiendo el cambio de ambiente y distracción de las grandes urbes, que le brinda una paisajística variada para ser aprovechada, recargando energías de una región que se viene catalogando como lugar turístico por naturaleza: Moniquirá.



**Figura 35.** Propietaria de la Finca Mirador en los cultivos de guayaba. Autoría propia.



**Figura 36.** Cultivo de guayaba tecnificados en Moniquirá. Orozco. (2017).

También permite apreciar parajes llenos de caña panelera, los trapiches, cultivos de guayaba y casonas antiguas. Se alcanza a divisar las torres de la iglesia de Toguí, un municipio aledaño a Moniquirá y adicional permite visualizar algunos desarrollos de vivienda de carácter suburbano.

En el proceso de guianza a cargo del personal de la Finca Mirador, va a tener unas intervenciones claves para que los turistas se contextualicen con el proceso.

1. Historia general del cultivo de guayaba.
2. Poda de producción: La variedad, el clima, la fertilización, el riego, la renovación.
3. Madurez del fruto.
4. Recolección del fruto: Peso ideal, suavidad del fruto, acidez del fruto, utensilios de recolección.
5. Plagas y enfermedades de la guayaba: Cochinilla, pulgón, mosca de fruta, tizón, antracosis.
6. Multiplicación de la planta: Por injerto, por vástagos, por esqueje

7. Variedades del cultivo de guayaba: Puerto Rico, rojo africano, extranjero, Trujillo.
8. Usos de la guayaba: Jugos, néctares, jaleas, dulces, almibares, mermeladas, refrescos.

#### Fábrica de la producción de bocadillo La Ricaurte

En la página principal del Grupo Empresarial La Ricaurte (2020) especifican que:

Es una organización especializada en la elaboración de dulces y bocadillos de guayaba con altos estándares de calidad y procesos 100% certificados. Cuenta con personal líder, eficiente, capacitado y con amplia experiencia en el sector, lo que genera confianza y reconocimiento en los clientes.

Nace como empresa familiar en el año 2003 bajo la necesidad de generar empleo a madres cabeza de familia, mujeres creativas e innovadoras sin oportunidades de tener ingresos adicionales para su núcleo familiar.

La compañía inicia el proceso de inducción y capacitación al personal de la región y a lo largo de estos años ha logrado consolidar su liderazgo en el mercado con un grupo de personas (65) con inmensa fortaleza en la elaboración de dulces y bocadillos de guayaba de altísima calidad en el municipio de Moniquirá, perteneciente al departamento de Boyacá.

Grupo Empresarial La Ricaurte es una compañía que le apuesta al empoderamiento femenino, que cree en la mujer y en las oportunidades que pueden generarse desde diversas actividades que forman parte de la cadena de producción así, pensando en la protección del medio ambiente ya que su planta de producción cuenta con energía solar. (s.p).

Entre los objetivos que se enlistan para resaltar los aspectos culturales en la producción del bocadillo, están:

- Condiciones en las cuales se deben ingresar a la fábrica.
- Zonas prohibidas para el ingreso.
- Proceso descriptivo a tener en cuenta para la elaboración del alimento.

Las actividades relacionadas con el proceso de producción, desde el primer momento que se recolecta la fruta, están:

- ✓ Historia general de la fabricación del bocadillo
- ✓ Instalaciones y equipos
- ✓ Selección de la guayaba
- ✓ Desinfección
- ✓ Escaldado
- ✓ Extracción de pulpa
- ✓ Cocción
- ✓ Formulación
- ✓ Punteo
- ✓ Empaque
- ✓ Etiquetado
- ✓ Almacenamiento
- Hotel San José de Moniquirá

Para realizar la ruta fue necesario contemplar en el itinerario que la primera noche se pernochará en el destino, motivo por el cual es necesario hacer uso del servicio de alojamiento del municipio. La oferta de alojamiento que se encuentra publicada en la página del Registro Nacional de Turismo, se despliega en el siguiente cuadro.

Tabla 6

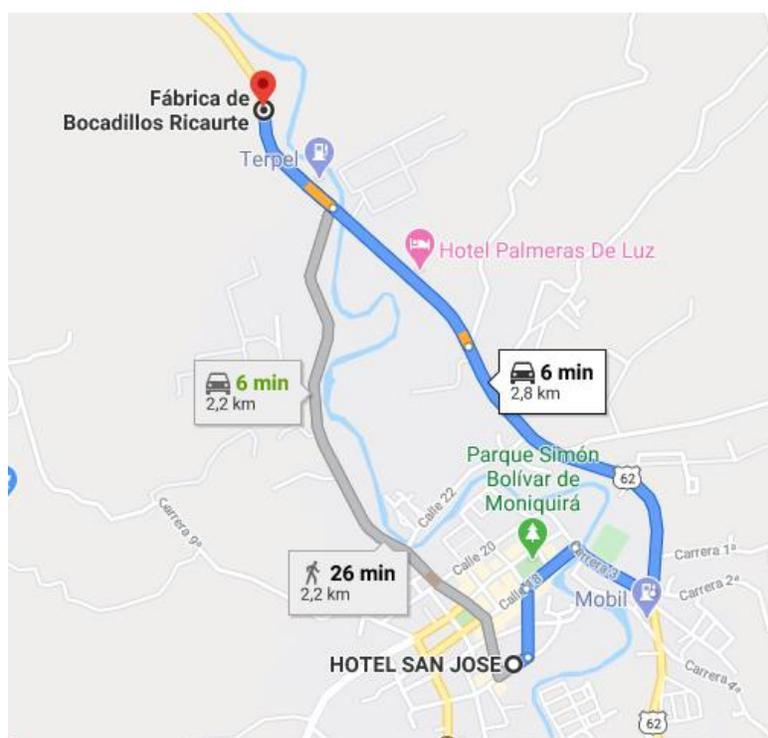
*Listado de Hoteles con el respectivo RNT.*

Hoteles	Dirección	Registro Nacional de Turismo
Hotel San José	Cl. 16 #5-40, Moniquirá, Boyacá	11252
Hotel Casona del Virrey	calle 16 #9-23 Moniquirá, Boyacá	No Registra
Casa campestre	condominio campestre San Carlos casa 3-4 calle Moniquirá, Boyacá	No Registra
Hotel Campestre Los Arrayanes	km 5 Moniquirá - Barbosa, 154269 Moniquirá, Boyacá	No Registra

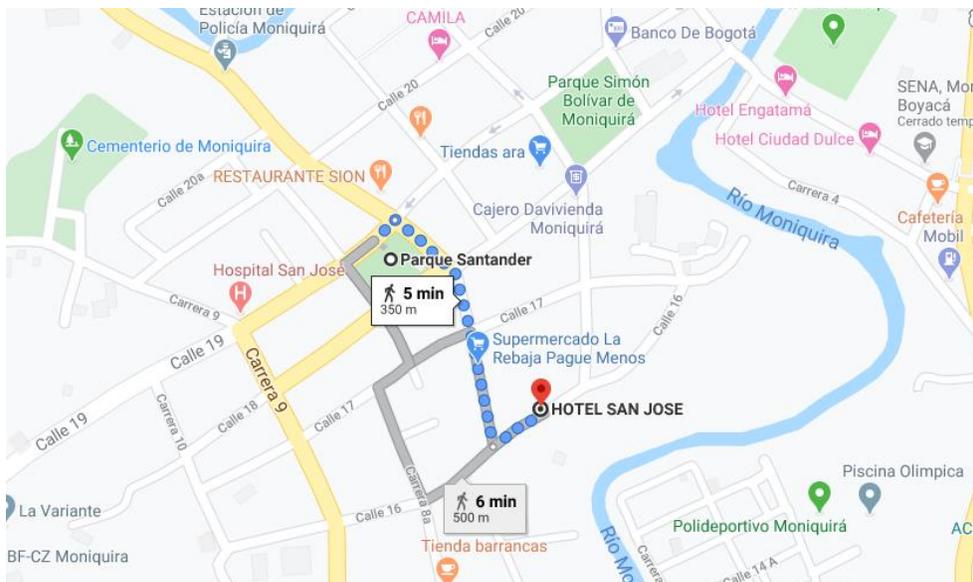
Cabaña condominio Los Sauces	Zuleyma	Vía Principal Moniquirá, Boyacá	No Registra
Centro Chiminigagua Canapro C.A.C	Vacacional	Cra. 7 #N° 26 57, Moniquirá, Boyacá	No Registra
Hotel Engatamá		Cra. 3 #No 16 161, Moniquirá, Boyacá	No Registra

*Nota.* En el anterior listado se puede observar los nombres del alojamiento que se pueden encontrar como oferta en el municipio de Moniquirá, sin embargo, se evidencia que la gran mayoría no están registrados en el RNT.

Se concluyó que el hotel San José Moniquirá es el más cercano a la fábrica de bocadillo La Ricaurte, comprendiendo una distancia de 2,8 kilómetros.



**Figura 37.** Mapa con las posibles rutas para llegar a la Fabrica La Ricaurte desde el Hotel San José Moniquirá. Google Maps. (2020).



**Figura 38.** Mapa con el casco urbano de Moniquirá identificando la ruta del Hotel San José al Parque Principal Santander. Google Maps. (2020).

El Hotel San José Moniquirá es un establecimiento de 4 estrellas situado en Moniquirá. Este hotel cuenta con recepción 24 horas. El establecimiento alberga un restaurante. Todas las mañanas se sirve un desayuno americano.

Las habitaciones del hotel están equipadas con TV de pantalla plana. Las habitaciones incluyen baño privado.

El Hotel San José Moniquirá se encuentra a 40 km de Villa de Leyva y ubicado en el casco urbano del municipio.



**Figura 39.** Vista frontal del alojamiento Hotel San José Moniquirá. Booking. (s.f)

- Restaurante La Casona

El restaurante el cual será usado en el segundo día de la ruta es La Casona, el cual está ubicado en la vía principal de Moniquirá, Barbosa, La Casona Restaurante es uno de los más exclusivos y tradicionales restaurantes del municipio

Un parador turístico por excelencia que, con su colonial y tradicional estilo, hace que se convierta en visita obligatoria.

Junto con la calidad de nuestra atención, el particular ambiente rústico que ofrece La Casona Restaurante resulta muy acogedor y familiar (incluso los meseros portan trajes típicos característicos de la idiosincrasia), más que ideal para disfrutar de un delicioso momento gastronómico con los más exquisitos platos típicos de la región. (s.p).



**Figura 40.** Carnes a la venta en el restaurante La Casona. Moreno E. (2019)



**Figura 41.** Vista frontal del restaurante La Casona. Moreno (2019)

- Transrubio empresa de transporte

Destacando los servicios que nombran en su página, Transrubio (2017) cuenta que

Actualmente cuenta con un amplio parque automotor propio de las mejores características y modelos recientes, donde se encuentran desde automóviles para 4 pasajeros hasta buses para 40 pasajeros; todos con los seguros de ley para transporte de pasajeros, lo cual permite ofrecer un servicio con altos estándares de calidad con personal altamente capacitado y calificado. (s.p)

Entre los datos generales de la empresa, la misma se encuentra ubicada en la capital colombiana sobre la Carrera 47A No. 95-56, Oficina 606. Adicional, especifica su actividad económica la cual

es que “Transrubio S.A.S., es una empresa dedicada a la prestación de servicios de transporte especial de pasajeros.” (s.p)

La página permite realizar las reservas de los vehículos en línea, como también cuenta con un apartado de pagos por medio PSE.

Entre otros datos generales de la empresa para su contacto se destaca:

- ✓ Atención: Atenderemos en inglés y español (7 días de la semana las 24 horas del día)
- ✓ Telefax: (+57) 1-4884233 / 1-4929599 / 1-7495518 / 1-7495519
- ✓ Celular: (+57) 3503117445 Avantel y Teléfono 24 Horas
- ✓ E-mail: [cotizaciones@transrubio.com.co](mailto:cotizaciones@transrubio.com.co)

De la cotización realizada se brindan dos opciones de vehículos para la ruta, dependiendo de las personas a integrar.



**Figura 42.** Vehículo con capacidad de 10 personas. Transrubio. (2017).



**Figura 43.** Vehículo con capacidad de 17 personas. Transrubio. (2017).

- Espacio de guionaje en el Parque Santander

La Alcaldía de Moniquirá (2020) habla de unas connotaciones patrimoniales que se pretende resaltar en el espacio asignado en la ruta, el cual está a cargo del guía autóctono de la región en el Parque Santander.

En el barrio Centro de Moniquirá se ubica el parque principal Simón Bolívar y el parque Santander (antiguo centro de acopio) se encuentran las zonas o puntos de encuentro para muchos de los habitantes o turistas del municipio, además de encuentros culturales, sociales y políticos.

Sus mayores sitios de interés es el Centro Vacacional Comfaboy de Moniquirá, Sitio ideal para descansar, para compartir en familia, este complejo hotelero cuenta con 20 confortables apartamentos, también se encuentra la Parroquia Nuestra Señora del Rosario de Moniquirá, Boyacá que se encuentra ubicada en el parque central “el parque Santander”, las fábricas de bocadillo donde contribuyen de manera positiva al crecimiento y desarrollo del municipio mediante el turismo gastronómico.

En este contexto, los campesinos y habitantes del municipio ubicado en Boyacá, buscan ensalzar el patrimonio natural y gastronómico e incentivar el turismo de aventura para impulsar la economía local.

Uno de los propietarios de una de las fábricas de bocadillo del municipio Libardo Villamil en el 2019 explicó que “el bocadillo nació en Moniquirá, aunque poco a poco llegaron a las fábricas

vecinos del municipio de Vélez y de Barbosa., donde aquí aprendían la técnica y después creaban allá sus negocios. Al final se popularizó en esos sitios”, señaló.

Entre los argumentos que se destacan por el nombramiento como la ciudad dulce de Moniquirá, hacen referencia a que

Es un centro turístico, propiciado por el clima templado con una temperatura media de 18,5 °C, su agricultura es muy rica y está representada por la caña de azúcar, con la que se elaboran en los trapiches la panela, también el maíz, café, frijol, guayaba, naranja, yuca. También es importante su ganadería.

En su producción industrial encontramos la panela y el bocadillo de guayaba por lo que se le conoce como la ciudad dulce de Colombia.

### **7.2.2 Itinerario.**

De acuerdo con Bahl (2004) citado por Cinse y Gastal (2011) el itinerario turístico lo definen como “descripción pormenorizada de un viaje o su itinerario. Posee indicaciones de la secuencia de atractivos existentes en una localidad, que merecen ser visitados” (p. 08).

Castrogiovanni (2010) citado por Cinse y Gastal (2011) afirma que “Los itinerarios turísticos son planeados a partir del establecimiento de objetivos y características del segmento al cual se proyecta. Debe ser entendido como un camino para ser recorrido.

Tabla 7

*Itinerario de la ruta punto por punto*

Hora	Lugar	Actividad	Detalle de la actividad
Día 1			
05:00 – 05:30	Terminal del Salitre	Punto de encuentro inicial	Lugar de recogida de los turistas que elijan este punto de encuentro, para ir al destino.
05:40 – 06:40	Avenida Boyacá	Trayecto hacia la salida de la ciudad de Bogotá	Recorrido por la Avenida Boyacá sentido norte, hasta la calle 170 sentido oriente para llegar finalmente a la autopista norte como segundo punto de encuentro.
06:40 – 07:00	Terminal de la Calle 170 con autopista Norte	Punto de encuentro secundario	Lugar de recogida de los turistas que elijan este punto de encuentro, para ir al destino.
07:00 – 10:45	Ruta Nacional 55	Trayecto al destino	Pasando por Tunja, se realiza el trayecto con destino al Hotel San José para realizar el check-in e instalación de los turistas en el alojamiento. En el trayecto se ofrece la posibilidad de hacer una parada para tomar aire en el Alto del Moral; y adicional, se brinda una caja de snack y jugo.
11:10 – 13:00	Hotel San José de Moniquirá	Proceso de Check-in y almuerzo	Los turistas se van instalando en las habitaciones asignadas, seguido a ello se disponen para consumir el almuerzo en el comedor principal del hotel.

13:20 – 13:50	Carrera 7 y Calle 122	Trayecto a la finca	Pasando por el casco urbano de Moniquirá con destino a la Finca Mirador, utilizando el trayecto de la Carrera 7 y Calle 22. (Tiempo estimado de trayecto: 6 minutos).
13:50 – 17:00	Finca Mirador (Ver. Neval y Cruces)	Guianza en las instalaciones de la finca	Recorrido guiado por el personal encargado del cultivo de guayaba (Objetivos: conocer el proceso de cultivo, cosecha y almacenamiento de las variedades de guayaba que se utilizan para la producción del bocadillo).
17:00 – 17:50	Finca Mirador (Ver. Neval y Cruces)	Actividad de esparcimiento libre	Al finalizar la actividad en la Finca Mirador por parte del personal encargado del cultivo de guayaba, se ofrece una bebida a base de esta fruta acompañada de pasabocas hechos de hojaldre y combinados con bocadillo.
18:10 – 18:30	Calle 122 y Carrera 7	Trayecto al Hotel	De camino al casco urbano de Moniquirá con destino al Hotel San José de Moniquirá, utilizando el trayecto de la Calle 22 y Carrera 7. (Tiempo estimado de trayecto: 6 minutos).
19:30 – 21:00	Hotel San José de Moniquirá	Cena	Se brinda una cena a cargo del Hotel San José de Moniquirá, en su comedor principal.
<b>Día 2</b>			
06:30 – 08:00	Hotel San José de Moniquirá	Desayuno	Se permite consumir el desayuno tipo buffet, desde las 06:30 en el comedor principal del Hotel.

08:00 – 08:30	Vía principal Moniquirá, carretera 62	Trayecto por la Vía principal de Moniquirá	Trayecto desde el Hotel San José de Moniquirá hasta la fábrica de bocadillos La Ricaurte, utilizando la vía principal del municipio.
08:50 – 13:00	Fábrica de Bocadillos La Ricaurte	Guianza en las instalaciones de la fábrica	Recorrido guiado por el personal encargado de la transformación de la materia prima y proceso de fabricación del bocadillo.
13:20 – 14:00	Fábrica de Bocadillos La Ricaurte	Compra voluntaria de los productos derivados del bocadillo	Se brinda un espacio para que los turistas de forma voluntaria puedan consumir y/o comprar en calidad de souvenir los productos fabricados por la empresa productora del alimento.
14:00 – 14:30	Vía principal Moniquirá, carretera 62	Caminata por la carretera 62	Entre las funciones del guía está el conducir a los turistas, en este espacio se realizará una caminata de 07 minutos a pie hasta el restaurante donde se consumirá el almuerzo.
14:30 – 15:30	La Casona	Almorzar	Zona de alimentación donde el turista tendrá un espacio para almorzar, el cual puede estar constituido desde pinchos de carne con papa, arepas y yuca, hasta picadas familiares las cuales integran pedazos de carne de res, cerdo y chigüiro, papa, guacamole, plátano, arepas y yuca.
15:30 – 15:50	Vía principal Moniquirá, carretera 62	Trayecto hacia el casco urbano de Moniquirá	Trayecto desde el restaurante La Casona hasta el centro del casco urbano del municipio de Moniquirá.

16:00 – 18:00	Parque Santander	Recorrido guiado por el Parque principal del Moniquirá	Recorrido guiado por el guía especializado autóctono de la región, para dar a conocer el contexto histórico del municipio, en términos patrimoniales.
18:00 – 18:30	Parque Santander	Actividad de esparcimiento libre	La ruta turística finaliza desde este punto por el guía autóctono de la región, se permite un espacio para toma de fotos como recordatorios del destino, compra de souvenirs típicos del municipio, entre otros.
19:20 – 22:30	Salida hacia la terminal del Salitre	Destino final	En el trayecto desde la entrada de Bogotá hasta la terminal del Salitre, a través de la calle 127 y la avenida Boyacá, se permite que los turistas vayan descendiendo del vehículo en el punto que mejor les convenga. Se brinda una caja de snack y jugo.

Nota: Autoria propia.

*Nota.* Se describe los tiempos en los cuales se desarrolla cada actividad turística, contemplando los espacios de trayecto de un complejo al otro, como también las intervenciones a cargo de los expertos en cada área que se focaliza la ruta, como son los productores del cultivo de la guayaba y los fabricantes del alimento.

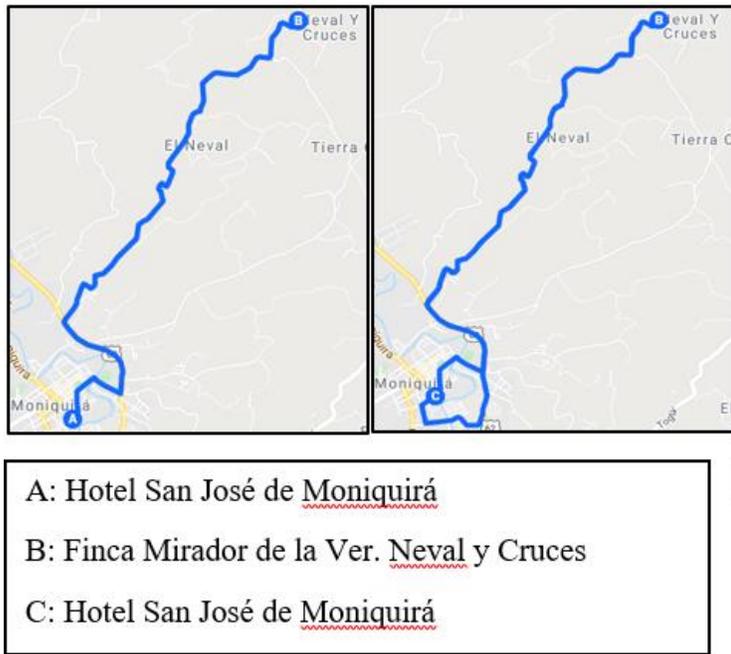
### 7.2.3 Mapas integradores de la ruta.

Mapa de reconocimiento de los puntos visitados a lo largo de la ruta



**Figura 44.** Mapa con los puntos visitados en la ruta turística en el municipio de Moniquirá. Google Maps. (2020)

Trayectos del itinerario entre los puntos visitados



**Figura 45.** Trayectos del primer día de la ruta turística. Google Maps. (2020)



**Figura 46.** Trayectos del segundo día de la ruta turística. Google Maps. (2020)

#### **7.2.4 Relación del diseño de ruta con las encuestas aplicadas.**

Contemplando el itinerario formulado se estableció que la duración de la ruta del bocadillo en el municipio de Moniquirá constará de 2 día, en vista que las actividades a realizar en el destino conllevan a la inversión de este tiempo prudencial.

El tiempo a invertir relacionado con las encuestas aplicadas en la formulación de las preguntas, el 32% de los encuestados estarían dispuestos a invertir 2 días en la ruta.

Adicional, el 59% de los encuestados se orientan por el turismo de naturaleza y en vista que el destino promete intervención con la naturaleza, no solo por sus paisajes sino por la articulación con el cultivo de guayaba, hace que el interés del perfil del turista esté acoplado con el diseño de la ruta turística.

#### **7.3 Servicios incluidos en la ruta**

La selección de los servicios a incluir dentro de la ruta del bocadillo, hace necesario el uso de los productos de apoyo y los productos auxiliares, los cuales hacen posible el progreso de la actividad turística.

Dicho lo anterior y citando las palabras de Valencia (2012) definiendo las inclusiones de la ruta como “aquel conjunto de requerimientos que hacen agradable la experiencia del visitante durante su visita al lugar que le ha motivado como objetivo de viaje.” (p.13)

- Servicios incluidos:

##### 1. Alimentación

La ruta incluye varios servicios de alimentación, algunos son prestados otros operadores turísticos, los cuales se aclaran en el transcurso de este apartado.

En los trayectos de Bogotá - Moniquirá - Bogotá, se brinda un servicio de alimentación con la siguiente composición:

- ✓ Dos snacks entre los cuales pueden elegir que sean de pollo o carne.
- ✓ En cuanto a la bebida, Jugo de caja Hit.
- ✓ Manzana.

Al brindar el régimen de pensión completa, el Hotel San José de Moniquirá estará a cargo del almuerzo y la cena del primer día, adicional del desayuno del según día del itinerario. A

ello se especifica que los costos de esta alimentación están inmersos en la tarifa del alojamiento.

El almuerzo del segundo está a cargo del restaurante La Casona, teniendo presente que el centro de consumo tiene unas cartas diseñadas para grupos, esas mismas se usarán en el momento de ingresar al establecimiento con el objetivo de brindar una alimentación grupal y a unos precios diferentes que los platos de la carta.

Los refrigerios ofrecidos en la finca Mirador y en la Fábrica de producción de bocadillo La Ricaurte, se brindan en medio de las guianza los cuales no están incluidos dentro del costo de entrada a los establecimientos. Los refrigerios constan de sándwich de pan árabe, queso Paipa y jamón de cerdo.

## 2. Alojamiento

El alojamiento está a cargo del Hotel San José de Moniquirá, el mismo accede a prestar el servicio de hospedaje por convenio permitiendo el late check-out antes de las 20:00 hs del día dos del itinerario, en vista que los turistas tendrán su equipaje en las habitaciones.

La tarifa es negociada con el administrador del complejo, una ventaja en vista que incluye el régimen pensión completa, los costos incurridos por seguros hoteleros e impuestos, y las solicitudes especiales de late check-out.

## 3. Actividades Recreativas

Las actividades a desarrollar en la ruta turística del bocadillo están a cargo de las personas responsables de los complejos a visitar. Las mismas están articuladas con el objetivo de cada sitio a visitar, como ejemplo la producción del bocadillo permitiendo involucrar al turista en el proceso de transformación para obtener el alimento.

Las personas a cargo de estas actividades en la Finca Mirador y la fábrica de producción de bocadillo La Ricaurte, tiene una capacitación previa con el guía autóctono de la región: Lineiro Villamizar. El mismo se encarga de capacitar a las personas que intervendrán en los escenarios de cultivo y producción del alimento, sin embargo, el mismo está presente en todos los espacios para asistir y dirigir al turista.

#### 4. Guionaje

Lineiro Villamizar es el guía autóctono que tiene la región, el cual conoce la historia y el desarrollo del destino, en vista que trabaja en la alcaldía municipal.

Servicios opcionales

#### 5. Transporte

Es un servicio adicional contemplado en la propuesta en vista que se pretende acercar a los consumidores interesados que se les dificulte llegar al municipio. En caso de ser necesario el servicio, el mismo se requiere a lo largo de la ruta turística para facilitar los desplazamientos internos en el municipio, con el objetivo de llegar a los puntos definidos dentro del itinerario.

El transporte de ida y regreso desde la ciudad de Bogotá u otro lugar de Colombia, depende de la geolocalización donde se encuentre el turista, variando el precio de la ruta.

#### 7.4 Costos del itinerario diseñado

Tabla 8

*Tabla de los costos incurridos para el diseño de la ruta turística del bocadillo en Moniquirá.*

COSTO DEL PAQUETE TURISTICO		
Cantidad de personas	10	15
Valor del transporte total	\$ 930.000	\$ 1.200.000
Valor del guía	\$ 250.000	\$ 250.000
VALORES POR PERSONA		
Costo del transporte	\$ 93.000	\$ 80.000
Costo del guía	\$ 25.000	\$ 16.667
Snacks	\$ 6.000	\$ 6.000
Refrigerios	\$ 8.000	\$ 8.000
Almuerzo	\$ 20.000	\$ 20.000
Hospedaje	\$ 75.000	\$ 75.000
Entrada a la finca	\$ 10.000	\$ 10.000

Entrada a la fabrica	\$ 10.000	\$ 10.000
Seguro de viaje	\$ 30.000	\$ 30.000
<b>COSTO TOTAL POR PERSONA</b>	\$ 277.000	\$ 255.667
Margen de ganancia	15%	15%
Valor al publico	\$ 325.882	\$ 300.784
Utilidad por persona	\$ 48.882	\$ 45.118
Utilidad total	\$ 488.824	\$ 676.765
IVA (19%)	\$ 61.918	\$ 57.149
Precio de venta	\$ 387.800	\$ 357.933
<b>PRECIO FINAL</b>	\$ 388.000	\$ 358.000

*Nota:* En trabajo de campo, se logra realizar las consultas de los precios aproximados por las prestaciones de los servicios. Muchos de los precios fueron brindados vía telefónica, a través de contacto por parte de los autores del proyecto de grado.

## 7.5 Distribución y publicidad

Para el posicionamiento y reconocimiento de la ruta turística del bocadillo en Moniquirá se hace uso de las redes sociales y el portal Wix, siendo una página de diseño de portales Web sin costo adicional, teniendo presente los medios de comunicación con gran auge y la rápida interacción que tiene con las personas en estos medios.

Tabla 9

*Links de los medios publicitarios usados en medios de difusión del producto.*

Medio publicitario	Link
Página Web	<a href="https://camiloylucas.wixsite.com/rutabocadillo">https://camiloylucas.wixsite.com/rutabocadillo</a>
Instagram	<a href="https://www.instagram.com/rutaturisticadelbocadillo/?igshid=10dn7bikfwqmv">https://www.instagram.com/rutaturisticadelbocadillo/?igshid=10dn7bikfwqmv</a>
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/ruta.turistica.3">https://www.facebook.com/ruta.turistica.3</a>

*Nota:* Se desbride el link de cada medio publicitario usado, con el objetivo de dar a conocer el producto turístico diseñado.



**Figura 47.** Inicio de la página Web publicitaria del producto. Autoría propia.

Sin la ayuda de muchos, no lo habríamos logrado.

El éxito de trabajar en equipo, fue lo que nos llevó a brindar una gran oferta. La propuesta que surge de un proyecto de grado para la culminación de nuestros estudios de pregrado en la Universitaria Agustiniiana, hizo interesarnos por el municipio.

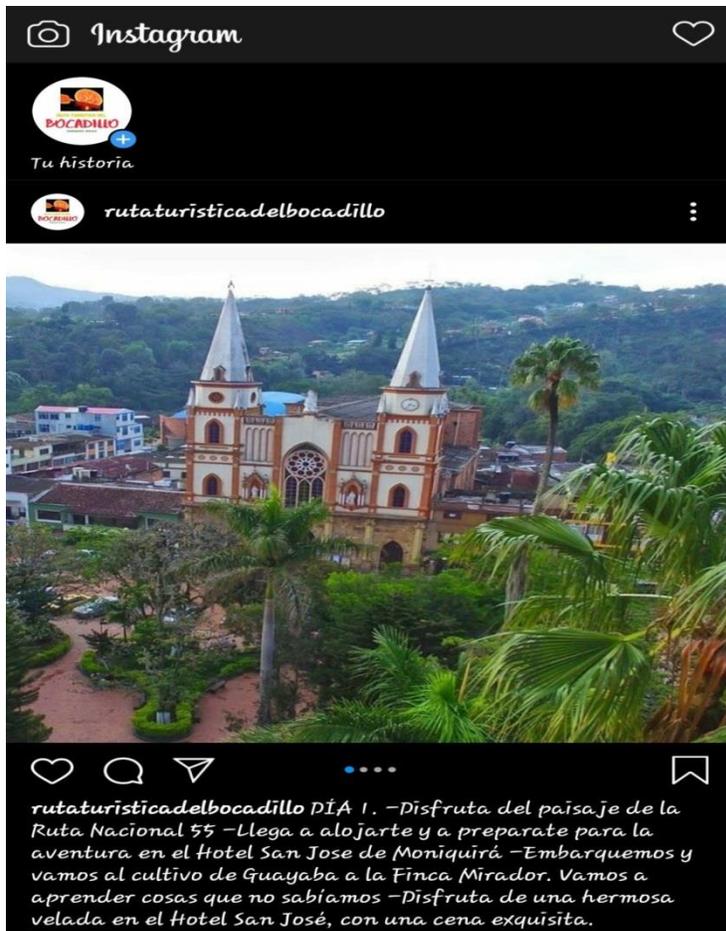
La institución designó a tutores y directores de proyectos a nuestra disposición, con el objetivo de hacer tener las mejores recomendaciones, comentarios y críticas constructivas que dieron forma a la idea.



**Figura 48.** Información relacionada con la creación del producto. Autoría propia.



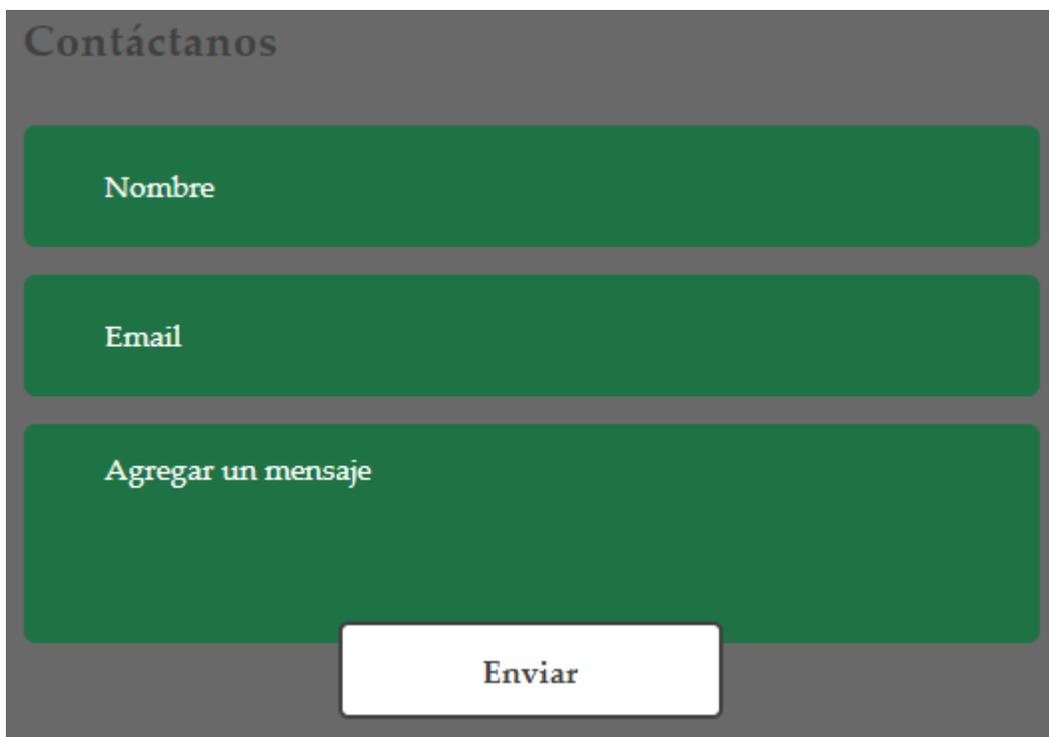
**Figura 49.** Visual de la promoción por Facebook de la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá. Autoría propia.



**Figura 50.** Visual de la promoción por Instagram de la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá. Autoría propia.

Debido a la rápida difusión de información de estos medios se ha implementado una estrategia de publicidad BTL “Below the lime” el cual se utiliza buscando un contacto directo con el cliente brindando información clara y detallada sobre el producto ofrecido.

El uso de las redes sociales permite que los turistas se enteren de forma rápida sobre la ruta, pero la página web amplia información sobre los servicios incluidos en el producto y siendo un desarrollador adaptado para establecer comunicación con los clientes, convirtiéndose en un medio de distribución.



Contáctanos

Nombre

Email

Agregar un mensaje

Enviar

**Figura 51.** Aparatado para diligenciar los datos del interesado en la página Web. Autoría propia.

Seguido al registro de los datos en el anterior apartado, es necesario establecer contacto telefónico con los interesados, permitiendo ampliar la información y despejar dudas sobre el producto. En caso de querer acceder al producto, por medio de la estrategia CRM “Customer relationship management” se realiza una visita domiciliaria donde se muestra un portafolio con las fotos del destino y así mismo, establecer un nivel de servicio que permita interactuar con el consumidor final, mejorando las relaciones de servicio y posición de marca.



**Figura 52.** Marca del destino sobre la ruta turística del bocadillo en el municipio de Moniquirá. Autoría propia.

## Conclusiones

Recopilamos el inventario turístico actual del destino, evidenciando un interés por parte del cuerpo gubernamental en realizar inversiones en espacios de interés cultural, como los son las ferias y fiestas, involucrando las actividades económicas autóctonas de la región y las tradiciones que se siguen practicando en la población.

Evidenciamos que las fábricas de producción de bocadillo son el foco de desarrollo de la población, en vista que se recalca la inversión de los empresarios en fomentar y fortalecer la región, teniendo en cuenta sus plantaciones y grandes fábricas de producción las cuales se convierten en un motor económico para el territorio.

Resolvimos que la técnica de investigación usada para recopilar la información primaria fue la más adecuada al ser muestreo por conveniencia, en vista que los encuestados abordados en el proceso son diferentes a la población residente del destino, permitiendo tener una perspectiva e intereses diferentes que de los pueblos aledaños y así mismo, mejora la propuesta diseñada en la ruta.

Consideramos que el perfil de los encuestados no se ajustan a la propuesta de ruta, en vista que el precio de venta tiene un valor superior al promedio que podrían estar dispuestos a invertir, ya sea por la cantidad de personas que conforman su núcleo familiar o por una dificultad en sus ingresos los cuales no son superiores al precio de venta; como también contemplamos la posibilidad que se haya entendido como ruta turística, solamente el hecho de la prestación del servicio de guianza e ingreso a los complejos a visitar, dejando abierto el evento en pensar por parte del encuestado que los costos de alojamiento, alimentación y transporte, son sufragados por sí mismos.

Establecimos que la oferta turística en el destino es desleal por parte de los prestadores de servicios que no se encuentran inscritos en el RNT (Registro Nacional de Turismo). Esto en vista de que los establecimientos de comercio registrados deben asumir un costo mayor, por ejemplo, los aportes a la industria turística, los aranceles aplicados por sus ventas, entre otros. Lo anterior ocasiona que sus precios sean superiores a los ofrecidos por la competencia. Elegimos el Hotel San José en el diseño de la ruta no solo por las condiciones del alojamiento, sino también por el hecho de hacer parte del RNT, es decir, está excluido de la *parahotelería* que enlista el Viceministerio de Turismo.

Resaltamos la importancia que tienen los productos auxiliares y de apoyo que nombra Kotler, se evidencia en el presente documento que reposan los inventarios y los puntos de interés que intervienen en la ejecución de la ruta planteada y destacando que con la ausencia de ellos, el propósito de intermediación y vínculo con la producción y fabricación del bocadillo, no sería posible sin el uso de estos recursos.

Aprendimos el manejo de herramientas publicitarias que permiten potenciar el producto al mercado, dándolo a conocer por Facebook e Instagram y teniendo la posibilidad de ampliar la información en la página Web donde reposa información específica de la ruta, como itinerario, que hacer en el destino e información acerca del diseño de la propuesta por parte del equipo.

Comprendimos a lo largo del diseño de la ruta que es necesaria en la estructuración de la oferta los productos de apoyo y los productos auxiliares, los cuales permiten que la experiencia del turista sea más completa y sin preocupaciones en el destino.

Destacamos la importancia de los mapas en el diseño de la ruta turística, los cuales son necesarios para la interpretación del recorrido a realizar en el destino, evidenciando los tiempos de los trayectos y así mismo, permiten escoger rutas alternas en caso de algún imprevisto.

### **Recomendaciones**

Cabe recalcar que los estudios realizados en este proyecto equivalen a la puesta en marcha de la Propuesta de desarrollo turístico a partir de la tradición del bocadillo en el municipio de Moniquirá Boyacá.

Para un mejor funcionamiento, una buena rentabilidad y un excelente servicio, se tiene en cuenta:

Establecer estrategias para brindar un mejor servicio ofreciendo calidad en cada uno de los puntos de la ruta turística, tanto en la parte de precios, como en la parte de asesoría al turista.

Mantener los recursos naturales en óptimo estado mediante el recorrido a la vereda Neval y Cruces y sus diferentes sitios a visitar, haciendo referencia acerca de la protección del medio ambiente para evitar que se incremente el índice de contaminación y de esa forma mantener el recurso natural en su mejor estado como un factor diferenciador del destino.

Se propone tomar este proyecto en cuenta como base para promueve y mejorar los recorridos turísticos, para que el turista tenga una visión más amplia en el municipio de Moniquirá acerca de los destinos turísticos culturales y de naturaleza.

En relación a los guías que proporcionan el recorrido se recomienda proponer un programa de capacitación mensual acerca de la historia, cultura y arquitectura para que la información proporcionada sea verás y confiable y que el turista se lleve una buena imagen de los lugares visitados. Comunicarse de manera clara con los turistas para explicarles las medidas y procedimientos de seguridad y estar en la capacidad de atender las necesidades de los turistas y de dar respuesta a sus inquietudes, quejas o reclamos.

En cuanto a los puntos de información al turista se recomienda más módulos alrededor del parque principal ya que un aspecto importante es la publicidad, en este caso los folletos repartidos a los turistas, lo que se quiere lograr es que el turista tenga una información confiable y recomendable para la puesta en marcha de las visitas guiadas a cada punto de la ruta.

Tomar en cuenta la importancia del itinerario como medio de difusión del patrimonio, por lo que se concluye que los recorridos expuestos son importantes debido a su gran contenido

de riqueza cultural, natural e histórica, que es lo que los turistas tanto nacionales como extranjeros, demandan dentro de sus viajes.

Realizar continuamente estudios de mercados, con el fin de conocer las preferencias de la demanda; desarrollando y potencializando nuevos productos turísticos orientados a la inclusión de la oferta que brinda la ruta del bocadillo en Moniquirá Boyacá.

Aplicar estrategias para el desarrollo del turismo en el municipio, priorizando los mercados que están en crecimiento. Para ser competitivo en Moniquirá es necesario que se brinden servicios turísticos de manera organizada, ofertando productos de manera sostenible y sustentable.

Se encontró que efectivamente un efecto positivo del turismo para Kotler son los productos principales que son sustentados por los auxiliares y los de apoyo, que gracias a los mismos generan el incremento en el empleo directo en hoteles, restaurantes, tiendas y empresas de transporte. Y despierta el interés del turista de querer explorar la historia, costumbres y cultura en el municipio de Moniquirá.

Por último, darle el conocimiento al turista de nuestro producto turístico para despertar el interés cultural y gastronómico, promoviendo las gran cantidad de lugares turísticos que tiene el municipio en especial las fábricas de bocadillo y las veredas donde se encuentran los cultivos de guayaba, para que los turistas deseen volver a experimentar este recorrido y así lograr que Moniquirá sea una destino reconocido a nivel nacional e internacional por su vasta riqueza histórica, gastronómica y cultural.

## Referencias

- Abeal J, Rodríguez C. (2016). El itinerario cultural urbano como producto turístico. El caso de Galicia. *International Journal of Scientific Managment Tourism*, Volumen 2, 373-396.
- Acuña N. (2011, 09, 15). El Icontec socializó norma para la elaboración del bocadillo de guayaba, *Vanguardia*. <https://www.vanguardia.com/santander/region/el-icontec-socializo-norma-para-la-elaboracion-del-bocadillo-de-guayaba-OAVL121917>
- Alcaldía de Moniquirá. (2020). Reseña histórica. [Entrada página gubernamental]. Recuperado de: <http://www.moniquira-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado-Presente-y-Futuro.aspx>
- Alcaldía Municipal de Boyacá. (2020). Economía, Moniquirá Boyacá Gob. <http://www.moniquira-boyaca.gov>  
[.con/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx](http://www.moniquira-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx)
- Alcaldía Mayor de Bogotá (2017) Ubicación de la Ciudad. Bogotá. Colombia. Recuperado el 05-03-2018 de: <http://bogota.gov.co/ciudad/ubicacion>
- Alcaldía Mayor de Bogotá (2018) Bogotá y Su Localidades. Bogotá. Colombia. Recuperado el 05-03-2018 de: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>
- Alcaldía Mayor de Bogotá (1996) LEY 300 DE 1996. Título V Del Turismo De Interés Social Capítulo Único. Recuperado el 14-09-2018 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>
- Artesanías de Colombia. (2020, 03, 19). El bocadillo veleño tiene denominación de origen, Artesanías de Colombia. [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/el-bocadillo-veleno-tiene-denominacion-de-origen\\_10325](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/el-bocadillo-veleno-tiene-denominacion-de-origen_10325)
- Bácares J. (2020). El Turismo, icutuder. <http://icutuder.com/turismo/>
- Bedoya J. (2008). Métodos y técnicas de investigación, Escuela superior de administración pública.

[http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos\\_pregrado/tecnolog%C3%ADa\\_en\\_gesti%C3%B3n\\_p%C3%ABlica\\_contable/semestre\\_ii/2\\_tecnicas\\_y\\_metodos\\_de\\_investigacion.pdf](http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos_pregrado/tecnolog%C3%ADa_en_gesti%C3%B3n_p%C3%ABlica_contable/semestre_ii/2_tecnicas_y_metodos_de_investigacion.pdf)

Bernal C. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Bogotá Turismo. (s.f). Glosario, Bogotá Turismo Gob.  
[http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/glosario\\_consolidado.pdf](http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/glosario_consolidado.pdf)

Bolaños V. (2015). Mercadotecnia turística, Utecno.  
<https://utecno.files.wordpress.com/2016/10/mkt-mix-producto-turc3adstico.pdf>

Bonilla J. (2013). Diseño de productos turísticos para el corredor turístico sostenible de “la interculturalidad” de la provincia de Chimbarazo, Universidad Nacional de Chimbarazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/652/1/UNACH-EC-IG.TUR-2013-0016.pdf>

Booking. (s.f). Hotel San Jose Moniquirá. Booking.com. Recuperado de:  
<https://www.booking.com/hotel/co/san-jose-moniquira.es.html>

Boyacaradio. (2015, 12, 15). Moniquirá y la industria del bocadillo, toda una tradición, Boyacaradio. <https://www.boyacaradio.com/noticia.php?id=7964>

Casal J, Mateu E. (2003). Tipos de muestreo.  
<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/49963657/TiposMuestreo1.pdf?response-content-Signature=4ea9677024ea2ab650e8e87c5d4b4152bb883ac27a95c162c7e9cdb8456ef040>

Calduch Rafael. (2014). Métodos y técnicas de investigación internacional, Universidad Complutense de Madrid. <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Tecnica%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

Cárdenas F. (2006). Proyectos turísticos, Localización e inversión. México: Trillas.

Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. (2011, 05). Estudio y perspectivas en Turismo, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717583012.pdf>

- Cinse R, Gastal S. (2001). Nueva visión sobre los itinerarios turísticos. Universidad de Caxias do Sul – Brasil, Volumen (20), 1449 – 1463.
- Cristancho J. (1996, 08, 26). Guayaba y veleño el dulce nacional, El tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-481861>
- Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria. (2005). Estudio del sistema agroalimentario localizado, sial, de la concentración de fábricas de bocadillo de guayaba en las provincias de Vélez y Ricaurte en Colombia, Colombia: Produmedios.
- Control de calidad 149641-01(20120). Bocadillo de guayaba, Controlcalidadcfbj.blogspot. <http://controlcalidadcfbj.blogspot.com/2012/05/proceso-de-elaboracion-de-concentrados.html>
- Crosby A. (1994). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Arturo Croby.
- Decreto 3075. (1997). Disposiciones generales, Función pública.Gov. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3337>
- Díaz L, Torruco U, Martínez M, Varela m. (2013, 05, 13). La entrevista, recurso flexible y dinámico, Scielo. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-50572013000300009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-50572013000300009&script=sci_arttext)
- Escobar., V., A., L., (2016) Componente Estratégico Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “La Calera incluyente con el compromiso de servir”. Recuperado el 17-03-2018 de: [www.lacalera-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Normatividad/ACUERDO%20005%20DE%202016%20PDM%20OK%20\(1\).pdf#search=plan%20de%20desarrollo](http://www.lacalera-cundinamarca.gov.co/Transparencia/Normatividad/ACUERDO%20005%20DE%202016%20PDM%20OK%20(1).pdf#search=plan%20de%20desarrollo)
- Fondo Nacional de Turismo. (2020). Glosario de terminología de turismo, Fontur. <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Gobernación de Boyacá. (2011). Departamento Nacional de Planeación - Gobernación de Boyacá. [colaboracion.dnp.Gov. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/BOYAC%C3%81%20-%20Parte%20II.%201%20jun%20012.%20APROBADO%20FINAL.PDF](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/BOYAC%C3%81%20-%20Parte%20II.%201%20jun%20012.%20APROBADO%20FINAL.PDF)

- Guzmán G., T., Vázquez., M., G y Melián, N., A (S.F). TURISMO SOLIDARIO. Una perspectiva desde la Unión Europea. Universidad de Córdoba España. Recuperado el 25-02-2018 de: <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n8/art07.pdf>
- Guzmán G., T., Vázquez., M., G y Melián, N., A (2007). TURISMO SOLIDARIO. Una perspectiva desde la Unión Europea. Universidad Austral de Chile. Chile. Recuperado el 01-03-2018 de: <file:///C:/Users/Salas/Downloads/223314983007.pdf>
- Hernández S, Fernández C, Baptista P. (2010). Metodología de la investigación. Ciudad de México, México: Interamericana editores, s.a. de c.v.
- Jiménez., R., J., (2016) Turismo Solidario Y Comunitario En Chaguaní Y Pulí, Cundinamarca, Una Alternativa Económica Sustentable. Fundación Universitaria Los Libertadores. Colombia. Recuperado el 01-03-2018 de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/viewFile/4947/5925>
- López P, Fachelli S. (2015, 02). Metodología de la investigación social cuantitativa, Universitat Autònoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua\\_cap2-4a2017.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf)
- Manterola C, Otzen T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2012). Manual introductorio a la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales de Colombia, Ministerio de Cultura. <https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo16.pdf>
- Ministerio de Interior. (2020, 04, 24). Decreto 593 del 2020, Republica de Colombia. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20593%20DEL%2024%20DE%20ABRIL%20DE%202020.pdf>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (2002). Descanso y de Esparcimiento.Gov. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610203.pdf>
- Molina A. (2013). Rutas turísticas y su incidencia en el turismo, universidad técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6790/1/FCHE-TH-171.pdf>

- MP Contro. (2016, 10, 05). ¿Qué son las (GMP) Good Manufacturing Practice o Buenas Prácticas de Fabricación?, MP Control. <http://www.mpcontrol.es/index.php/2016/10/05/gmp-good-manufacturing-practices-bpf-buenas-practicas-de-fabricacion/>
- Nasimba C, Cejas M. (2015, 12, 01). Diseño de productos turísticos y sus facilidades, Escuelas de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas. [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)
- Nieto, A. (2013). Participación comunitaria en iniciativas de ecoturismo en la vereda los Soches, localidad de Usme, Bogotá. Revista interamericana de ambiente y turismo – RIAT, 9(2), 101-107. Recuperado de [http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/254/pdf\\_1](http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/254/pdf_1)
- Nieto, A. (2018). Asociatividad y productividad campesina articulada al turismo: una aproximación a la cultura del progreso. En A. Nieto & L. Castellanos, Del turismo y el campesinado: aportes metodológicos desde una mirada prospectiva (pp. 9-57). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2018). Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto (et al), Planificación turística en territorios campesinos (pp. 11-55). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Plan Municipal de Desarrollo (2016 – 2019). Un Cambio Para una Moniquirá en la ruta del desarrollo, Moniquira-Boyacá.Gov. <http://www.moniquira-boyaca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/Libro%20Plan%20Municipal%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf>
- Peñarrieta W. (2012). Diseño de una ruta turística playa verde, entre los cantones san vicente – jamas – los pedernales, provincia de Manabí (Trabajo de grado). Escuela superior politécnica agropecuaria de Manabí Manuel félix López, Calceta.

- Pimienta R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. Ciudad de México, México: Política y Cultura.
- Ponencias Sarrot (2000). La fotografía como técnica en la investigación. colaboracion.dnp.Gov. [https://www.aset.org.ar/congresos/10/ponencias/p17\\_Sarrot.pdf](https://www.aset.org.ar/congresos/10/ponencias/p17_Sarrot.pdf)
- Prodar, ICCA. (s.f). Fichas Técnica, procesados de frutas, Prodar ICCA. <http://www.fao.org/3/a-au168s.pdf>
- Proexport. (s.f). Invierta en Colombia, Proexport Colombia. [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)
- ProColombia (2017). Perfil del Turista, procolombia.Gov. <https://procolombia.co/memorias/perfil-del-turista-de-bogotá>
- Sancho A. (2011). Introducción al Turismo, OMT. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- S.A. (2018). Nosotros. [Entrada de página web]. Recuperado de: <https://www.lacasonarestaurante.com/menu/>
- S.A. (2020). Historia. [Entrada de página web]. Recuperado de: <https://www.grupoempresariallaricaurte.com/historia>
- S.A. (2020). Hotel San Jose Moniquirá. [Entrada de página publicitaria]. Recuperado de: <https://es.ehotelsreviews.com/ho5015183/hotel-san-jose-moniquira/es/>
- Sevicio Nacional de Aprendizaje. (s.f). Diseño de Rutas turísticas, SENA. [https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)
- Sevicio Nacional de Aprendizaje. (2013). Productores de guayaba se tecnifican para vender más. SENA. Recuperado de: <http://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=2419>
- Sin autor. (2019). Muestreo por conveniencia, Universo de Formulas. <https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-conveniencia/>

- SurveyMonkey. (2020). Calculadora del tamaño de muestra, SurveyMonkey. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Transrubio. (2017). Empresa de transporte de pasajeros. <https://www.transrubio.com.co/>
- Travelgrafia. (s.f). 10 Pueblos de Boyacá para visitar, Travelgrafia. <https://travelgrafia.co/blog/pueblos-de-boyaca/>
- Torres E. (2006) Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico, Universidad de Malaga. <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/2259>
- Universidad San Martín de Porres. (2016). Manual de elaboración de las tesis y los trabajos de investigación, USMP. <https://www.usmp.edu.pe/odonto/instInvestigacion/pdf/MANUAL%20ELAB.%20TESIS%20Y%20LOS%20TRAB.%20DE%20INVESTIGACION.pdf>
- Uythesiskins (2015). *Guayaba: origen, características, propiedades, taxonomía, calorías y más*, Hablemosdeflores. <https://hablemosdeflores.com/guayaba/>

## **11. Anexos**

### **11.1 Anexo 1** Formato inventario de fábricas de bocadillo

<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1. Nombre						
1.2. Departamento				1.3. Municipio		
1.5. Administracion o Propietario						
1.6. Direccion/Ubicaci3n						
1.7. Telefon3/Fax						
Tipo de Acceso			Terrestre	x	Acuatico	Ferreo
1.1.1 Indicaciones para el acceso						
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.2. Descripci3n						
Diligenciado por:					Fecha	

### 11.2 Anexo 2 Encuesta: perfil de turista

En desarrollo de una propuesta turística, un grupo de estudiantes de la Universitaria Agustiniana quiere conocer la percepción bajo la cual se pueda analizar el interés por visitar Monquirá para conocer la producción del bocadillo, desde el momento que se cultiva la Guayaba hasta el momento de comercialización.

¿A qué género pertenece?

Masculino

Femenino

¿Qué rango de edad tiene?

18-30 años

31-40 años

41-50 años

51-60 años

61-80 años

¿Qué actividad económica desempeña?

Estudiante

Empleado

Desempleado

Independiente

Pensionado

¿Cuál es su procedencia?

Bogotá D.C

- Cundinamarca
- Otro departamento
- Extranjero

Quando viaja ¿Cuál es su principal motivación al realizar un viaje?

- Deporte
- Turismo
- Trabajo
- Vacaciones / Descanso
- Visita a familiares o amigos
- Diversión

¿Estaría interesado en el municipio de Moniquirá para hacer turismo?

- Muy interesado
- Parcialmente interesado
- Nada interesado

Estaría interesado en conocer el proceso de fabricación del bocado en Moniquirá. Siendo 1 lo menos interesado y 5 lo más interesado.

- 1: Nada interesado
- 2: Poco interesado
- 3: Parcialmente interesado
- 4: Interesado
- 5: Totalmente interesado

¿Qué otro lugar le gustaría conocer en el municipio de Moniquirá?

- Sitios Naturales

Sitios gastronómicos

Sitios culturales

De los siguientes rangos seleccione cuanto estaría dispuesto a invertir en una visita al municipio de Moniquirá en Boyacá.

\$ COP 80.0000 - 120.000

\$ COP 1200.000 - 180.000

\$ COP 180.000 - 250.000

Más de \$ COP 250.000

Cuando se dirige a un destino turístico ¿Qué tipo de transporte utiliza?

Carro

Moto

Autobús

Bicicleta

Transporte urbano

¿Cada cuánto realiza actividades turísticas?

1 vez al mes

1 vez cada 2 meses

1 vez cada 6 meses

1 vez al año

¿Usualmente con quién realiza sus viajes?

Solo

Familiares

Amigos / Compañeros

¿Hacia qué tipo de turismo se orientan sus viajes?

Turismo de naturaleza

Turismo cultural

¿Cuánto tiempo estaría interesado en invertir en una ruta turística del bocadillo?

1 día

2 días

3 días