

**Propuesta de desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración del papel artesanal
en fique en el municipio de Barichara**

Laura Hernández Barriga

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C.
2021

**Propuesta de desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración del papel artesanal
en fique en el municipio de Barichara**

Laura Hernández Barriga

Docente
Alvelayis Nieto

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C.
2021

A mis abuelos, padres y hermanos.

Agradecimientos

A Dios y María Auxiliadora por ser tan generosos conmigo y guiar mi camino.

A mi familia por apoyarme durante todos estos años e impulsarme a ser mejor cada día. Gracias por hacer de mí la persona que soy, por abrir mi mente, llenarme de amor y alegrar mis días.

A los docentes Alvelayis Nieto y Sorany Castaño por el apoyo brindado, el conocimiento compartido, las experiencias vividas y por ser mis guías a lo largo de estos años en el Semillero de Investigación AILINCO.

Resumen

La pérdida de identidad cultural causada por el creciente desinterés y desconocimiento de la sociedad, en cabeza de las nuevas generaciones, promueve y facilita la no-protección del patrimonio cultural inmaterial, especialmente, en lo que compete a la artesanía y por tanto, las técnicas y tradiciones que convergen en torno a ella. Por esta razón y con el objetivo de iniciar una labor de recuperación del patrimonio, se optó por encaminar el proyecto hacia el turismo creativo, la opción que más se ajusta a las necesidades y preferencias de los actores involucrados. Dado lo anterior y a fin de conocer cuál sería la propuesta más adecuada para el desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración de papel artesanal en el municipio de Barichara se realizó la caracterización de dicho proceso, se aplicaron una totalidad de 60 encuestas con el objetivo de conocer el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo en ese municipio y este se diseñó teniendo en cuenta la información suministrada por los encuestados. Finalmente, la investigación realizada y los resultados obtenidos corroboran que las labores artesanales tienen en sí mismas el potencial turístico necesario para que en torno a ellas se desarrollen proyectos turísticos y de conservación cultural en todo el mundo.

Palabras clave: turismo creativo, artesanía, patrimonio cultural inmaterial, UNESCO.

Abstract

The loss of cultural identity caused by the growing disinterest and ignorance of society, at the head of the new generations, promotes and facilitates the non-protection of intangible cultural heritage, especially as it relates to handicrafts and therefore, the techniques and traditions that converge around it. For this reason and with the aim of initiating a work of heritage recovery, it was decided to direct the project towards creative tourism, the option that best suits the needs and preferences of the actors involved. Given the above and in order to know what would be the most appropriate proposal for creative tourism development from the elaboration of handmade paper in the municipality of Barichara the characterization of this process was carried out, a total of 60 surveys were applied with the aim of knowing the profile of the tourist interested in a creative tourist product in that municipality which was designed taking into account the information provided by respondents. Finally, the research and the results obtained corroborate that the artisanal work has in itself the necessary tourist potential so that around them tourism and cultural conservation projects are developed all around the world.

Key words: creative tourism, handicrafts, intangible cultural heritage, UNESCO.

Tabla de contenidos

Introducción.....	10
Planteamiento del problema	12
Pregunta de investigación	13
Justificación.....	14
Objetivos.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
Marcos de referencia	16
Marco teórico.....	16
Artesanía como práctica cultural y manifestación del patrimonio inmaterial.....	16
Práctica artesanal del fique.....	18
Turismo creativo.	19
Sostenibilidad.....	20
Asociatividad y cooperativismo.....	21
Marco geográfico.....	23
Mapa.....	23
Ubicación.	24
Límites.....	24
Actividad económica.....	24
División administrativa.	24
Marco conceptual.....	24
Artesanía.	24
Fique.....	24
Turismo creativo.	24
Turismo sostenible.	25
Asociatividad.....	25
Cooperativismo.	25
Marco legal	25
Artículo 72 de la Constitución Política de Colombia.....	25
Ley 300/1996.	25
Ley 397/1997.	25
Decreto 4588/2006.....	26
Ley 1185/2008.	26

Ley 1558/2012.	26
Ley 1834/2017.	26
Plan de desarrollo turístico 2018-2022.	26
Norma Técnica Sectorial (NTS TS) 002.	27
Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.	27
Política de Turismo y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.	27
Política de Turismo Sostenible.	27
Metodología de la investigación.	28
Enfoque de la investigación.	28
Tipo o método de investigación.	28
Técnicas e instrumentos según el objetivo específico.	28
Técnicas de investigación.	29
Población.	29
Muestra.	30
Capítulo I Caracterización del proceso de fabricación del papel artesanal en fique.	31
Papel artesanal.	31
Los usos del papel artesanal.	32
Caracterización de la fabricación.	33
Capítulo II Caracterización del perfil del turista interesado en un producto turístico creativo sobre la fabricación de papel artesanal de fique.	41
Perfil del turista y demanda turística.	41
Sistematización y análisis de las encuestas.	43
Capítulo III Propuesta de producto turístico creativo para divulgar la tradición artesanal de fabricación de papel de fique.	50
Producto turístico.	50
Importancia.	50
Características.	51
Estructura.	51
Itinerario del producto turístico.	52
Costeo del producto turístico.	52
Estrategia de marketing del producto turístico.	53
Conclusiones.	54
Referencias.	56

Anexos.....	60
Cuestionario	60

Introducción

El paso del tiempo y la globalización son algunos de los factores que favorecen la progresiva desaparición de las labores artesanales, especialmente en países de América Latina, en los que los productos elaborados de forma masiva y a menor costo provenientes de otros países abarcan el mercado local, perjudicando la adquisición de artesanías y otros artículos elaborados a mano, situación que además fomenta la pérdida de identidad cultural y la transculturación.

A ello se suma la pérdida de interés en estos oficios y la poca remuneración que obtienen los artesanos por desarrollarlos, situación que se traduce en una rentabilidad nula, lo que significa que las personas que se dedican a ellos, en su mayoría, lo hacen por su valor histórico y cultural, no por el beneficio económico que pudieran obtener de él. Por ello, decenas de labores artesanales han desaparecido y lo seguirán haciendo, a menos de que se tomen medidas de forma inmediata.

Esta problemática no solo representa una grave afectación para los artesanos y los miembros de las comunidades que por tradición se han dedicado a estos oficios, sino que también afecta a las personas que dependen económicamente de las actividades relacionadas con el turismo y a la sociedad en general puesto que representa una pérdida para la cultura del país y el desconocimiento progresivo de las generaciones venideras respecto a estas tradiciones.

Dado lo anterior y ante el ensombrecedor panorama que se presenta ante nuestros ojos, se optó por realizar este proyecto de investigación que busca visibilizar las iniciativas de los artesanos a través de la conformación de asociaciones y cooperativas que favorezcan el desarrollo económico de los integrantes de las comunidades y el mejoramiento de su calidad de vida.

Por tanto, el objetivo general fue realizar una propuesta de desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración del papel artesanal en fique en el municipio de Barichara. Para lograrlo, se caracterizó el proceso de fabricación del papel artesanal en fique, se identificó el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo sobre la fabricación de papel artesanal de fique y se realizó un producto turístico creativo para divulgar la tradición artesanal de fabricación de papel de fique.

De otra parte, los conceptos sobre los que se formuló el proyecto fueron la artesanía como práctica cultural y manifestación del patrimonio inmaterial, la práctica artesanal del fique, el turismo creativo, la sostenibilidad y la asociatividad y cooperativismo.

Considerando lo ya expuesto, se concluyó que la solución idónea para hacer frente a esta problemática era tomar el turismo creativo como eje fundamental del proyecto. De esa forma,

se beneficiarían todos los actores mencionados anteriormente y se aseguraría la protección y preservación de los oficios artesanales.

Contrario a otro tipo de propuestas, esta ofrece una visión distinta de las acciones a ejecutar para salvaguardar y divulgar de manera responsable aquello que se quiere conservar. El caso de éxito se basa en la integración de los artesanos a la iniciativa, en la capacitación que se pretende impartir y en el hecho de que serán ellos mismos quienes manejen y administren el proyecto, de modo que se asegure que serán ellos los directamente beneficiados.

Además, la posibilidad de que todos los oficios tradicionales hagan parte de una red turística creativa, facilita su identificación, favorece el posicionamiento del destino en el mercado turístico, acrecienta el interés de los turistas y con ello, la llegada de visitantes al municipio. Es así que se logrará dar respuesta a la problemática expuesta y se retrasará la desaparición de tan invaluable activos culturales de la nación.

En términos metodológicos, el enfoque de la investigación fue mixto, el método seleccionado fue el exploratorio y los instrumentos aplicados fueron la matriz de caracterización y el cuestionario estructurado. Los ciudadanos colombianos mayores de 15 años al momento de realizar la encuesta fueron la población elegida y la muestra estuvo integrada por cinco hombres y cinco mujeres de seis rangos de edad, entre 15 y 25 años, 26 y 35 años, 36 y 45 años, 46 y 55 años, 56 a 65 años y de 66 años o más.

A lo largo de los capítulos del presente documento, el lector podrá contextualizar el objeto de estudio gracias a que se presenta la historia del papel de forma breve, así como sus usos artesanales y la caracterización del proceso de fabricación de papel de fique que se realiza en el Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo de Barichara. Posteriormente, accederá a una breve introducción sobre qué es el perfil del turista, la demanda turística y a los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas que revelaron cuál es el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo en Barichara. Por último, encontrará información sobre qué es el producto turístico, cuál es su importancia, sus características y estructura, seguido por el itinerario, costeo y estrategia de marketing del producto turístico diseñado para dar solución al objetivo general.

Finalmente, gracias a la investigación realizada se pudo concluir que la realización del producto turístico creativo en Barichara es viable puesto que los encuestados demostraron interés en participar. Adicional a ello y gracias a la amplia oferta de talleres artesanales disponibles en esa localidad será posible ampliar a su vez la oferta turística, de modo que cada persona pueda adaptar el producto turístico de acuerdo a sus intereses y preferencias.

Planteamiento del problema

La falta de productos turísticos que integren la artesanía como experiencia participativa refleja una falla en algún punto de la cadena de valor del sector ya sea por falta de promoción, por la falta de organización de los artesanos (no es este el caso) o la falta de compromiso de los prestadores de servicios turísticos con los artesanos de la zona al no integrar estas experiencias en sus productos. Lastimosamente, la ausencia de oferta de este tipo de productos contribuye con la desaparición de las tradiciones y la pérdida de identidad de las culturas ancestrales.

El hecho de que la población desconozca la existencia de los talleres artesanales y la posibilidad de hacer parte de las experiencias propias de los municipios es uno de los principales retos que se deben enfrentar puesto que por más esfuerzos que realicen los artesanos, los gobiernos locales y los operadores turísticos no será posible que aumente el turismo en torno a estas prácticas si no se empiezan a tomar medidas desde ahora como la promoción turística de los municipios en páginas web y redes sociales.

De otra parte, se presenta la falta de organización de los artesanos que es recurrente en algunas localidades, probablemente debido al desconocimiento de la existencia de cooperativas o asociaciones y la forma de organizarlas, así como por la necesidad de desarrollar otras actividades para poder sostener económicamente a sus familias ante la poca o nula rentabilidad que puede generar el sector artesanal en algunas zonas del país. Frente a este tema, Navarro (2015) menciona que:

La mayor parte de los artesanos latinoamericanos no están organizados como empresas legalmente constituidas y comparten su actividad con otras ocupaciones remuneradas, puede tratarse de tareas del campo, o bien en el caso de las mujeres compartir esta actividad con las labores de cuidado del hogar y los hijos. Todo ello lleva a una infravaloración de la producción artesana. (p. 3)

Esta falta de organización también podría ser causada por el recelo de algunos artesanos ante la posibilidad de que los conocimientos que han adquirido, conservado y protegido durante tanto tiempo sean divulgados masivamente y pierdan su valor, poniendo en riesgo las tradiciones preservadas y la labor artesanal.

Entre tanto, la falta de compromiso de los prestadores de servicios turísticos puede estar relacionada con dos puntos principales. Primero, la marcada preferencia que existe por ofertar únicamente actividades relacionadas con turismo cultural y de naturaleza que ya están posicionadas en el mercado debido a que son las tipologías turísticas más populares. Segundo, el hecho de que el turismo creativo es un concepto aún desconocido para el grueso de la

población. Es por ello, que la ausencia de productos turísticos creativos puede atribuirse al argumento anterior y no a la falta de recursos y atractivos turísticos.

Los principales síntomas de esta problemática son el desconocimiento de las técnicas y tradiciones alrededor de la fabricación de papel a partir del fique, su desconocimiento en los mercados artesanales del país y por consiguiente, también el de la población en general.

El turismo masivo y los destinos emergentes que ofrecen otro tipo de productos pueden ser las causas principales de esta problemática ya que con el pasar de los años, los turistas han ido perdiendo interés en las prácticas artesanales. En cambio, únicamente se han fijado en ellas como las formas de producción de las artesanías que llevan de regreso a sus casas como souvenir del lugar que visitaron. Incluso, muchas de las artesanías que se ofertan en el mercado no son adquiridas por los turistas debido a su alto costo, situación que provoca que estos se inclinen por comprar objetos de menor valor y de menor calidad.

Siguiendo con la misma premisa, se presenta el hecho de que muchos jóvenes han perdido interés en mantener las labores artesanales tradicionales. Esto ha provocado que muchas de ellas desaparezcan puesto que no hay un relevo generacional en las familias artesanas. Además, ha causado que, en cambio, estos se inclinen por profesiones que les generarán mayor remuneración y siendo turistas, por actividades relacionadas con otros campos. A ello se suma el hecho de que el costo y el tiempo de producción de algunas artesanías es muy alto, hecho que termina por encarecer el precio final del producto y dificultar la preservación de estas prácticas a largo plazo.

Si este problema no se interviene ahora puede causar daños culturales irreparables para la comunidad ya que se perderían saberes ancestrales que hacen parte de la identidad de las personas que la conforman. Además, el mundo perdería la oportunidad de conocer esta iniciativa sostenible que beneficia a la comunidad y mejora su calidad de vida brindándole al mismo tiempo una experiencia única y memorable al turista.

Frente a este tema, es relevante mencionar que la no-protección y la sobre explotación que sufre el patrimonio cultural inmaterial en algunos destinos y su pérdida de valor por las malas prácticas hacen necesario un llamado de atención y la integración de este componente tan importante a la planificación, gestión y desarrollo del turismo.

Pregunta de investigación

¿Cuál sería la propuesta más adecuada para el desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración de papel artesanal en el municipio de Barichara?

Justificación

Esta investigación tiene como propósito integrar la iniciativa de la Fundación San Lorenzo de Barichara en los productos turísticos de la zona, como una experiencia participativa, esto con el objetivo de preservar la tradición a través del interés de los turistas y su participación activa que contribuirá a que se reduzca el riesgo de que dicha tradición desaparezca. Además, esto podría diversificar la oferta turística de Barichara lo que permitiría atraer a más y nuevos turistas que estén interesados en otro tipo de turismo diferente al que se ha estado promoviendo hasta ahora.

Por otra parte, dentro de la amplia oferta turística del país, aún no hay atractivos turísticos posicionados que se dediquen directamente al turismo creativo, un movimiento que está tomando fuerza debido a los diversos casos de éxito que se han venido presentando en el mundo y que trae múltiples beneficios para propios y visitantes. Por eso, la finalidad de esta investigación es convertir una iniciativa popular propia de Barichara, que mejora la calidad de vida de la población y recupera las tradiciones indígenas, en un atractivo turístico creativo.

Esta iniciativa beneficia a todos los agentes involucrados. Los artesanos pueden preservar sus técnicas y tradiciones a través de la difusión y promoción del proyecto que permitirá que aumente el número de visitantes al municipio, lo que traerá mayores ingresos económicos y que a futuro, se genere más empleo. Además, los operadores turísticos de la zona podrán diversificar su oferta al incluir a la fundación en sus productos y los turistas podrán participar en una experiencia diferenciadora, al hacer parte de la producción artesanal de papel de fique.

Objetivos

Objetivo general

Realizar una propuesta de desarrollo turístico creativo a partir de la elaboración del papel artesanal en fique en el municipio de Barichara.

Objetivos específicos

- Caracterizar el proceso de fabricación del papel artesanal en fique.
- Identificar el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo sobre la fabricación de papel artesanal de fique.
- Realizar un producto turístico creativo para divulgar la tradición artesanal de fabricación de papel de fique.

Marcos de referencia

Marco teórico

Artesanía como práctica cultural y manifestación del patrimonio inmaterial.

Navarro (2015) establece que:

Se puede entender por artesanía, la producción de objetos materiales locales que se introducen dentro (de) dinámicas de mercado de compra venta, donde prevalece la producción manual y el uso de materias primas naturales, caracterizándose por el uso de técnicas transmitidas por tradición y por formas de creación que incluye elementos artísticos, estéticos, culturales, morfológicos, de uso y significado a las que está expuesto el artesano productor, bien sea por tradición o evolución, que pueden llegar a ser consideradas una expresión de identidad y de cultura autóctona nacional y que es influenciada tanto por el desarrollo histórico, geográfico y marco sociocultural donde se producen, como, por elementos ajenos a la tradición provenientes de grupos externos al productor. (p. 8).

Esta definición evidencia que las artesanías pueden ser sujeto de variados tipos de influencias puesto que no solo la identidad cultural del artesano queda plasmada en sí sino también las eventuales técnicas y materiales que se han heredado de otras culturas, para este caso en particular, de los españoles.

En términos de patrimonio cultural, Martorell (2017) menciona que este se debe conjugar en presente, pues a pesar de que es una herencia recibida, puede ser cuidada en el ahora. Este tipo de patrimonio puede ser usado para beneficio de los conocedores (a quien les fue transmitida la tradición) y para uso turístico, una opción que debería ser tomada como aprovechable a través del turismo creativo.

Además, implica la concientización por parte de los actores locales hacia los turistas y la adecuada planificación y gestión para que el turista pueda tener una experiencia auténtica mientras cuida y preserva las tradiciones del destino Nieto (2016). Es gracias al turismo que muchos bienes patrimoniales han empezado a ser protegidos, han mantenido sus condiciones o ha sido prevenida su desaparición; esto ha hecho que además de la conservación como elementos históricos relevantes se pueda generar a través de ellos riqueza económica, igualmente beneficiosa para la comunidad local.

En torno a este tema, es relevante traer a colación la importancia del patrimonio cultural inmaterial que de acuerdo con la UNESCO “no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación.” Y a ello agrega que el patrimonio cultural inmaterial, en especial, las artesanías “han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente”. Es por ello,

que su protección y divulgación son claves para mantener viva la tradición. Sin embargo, no se debe caer en el error de relacionar el término artesanía únicamente con el pasado puesto que esta puede ser un factor de desarrollo relevante en el presente si se encamina hacia las economías modernas y las industrias creativas.

De acuerdo con la misma entidad (2010):

La expresión "industrias culturales" abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos productos normalmente están protegidos por propiedad intelectual y pueden tomar la forma de bienes o servicios. El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países, este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performances, deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural. (p. 139).

Respecto a este tema, Navarro (2015) establece que "sin duda el sector artesano no solo es representante de nuestra identidad cultural, sino que además se convierte en eje fundamental para (las) economías en desarrollo". Lo anterior demuestra que se debe dejar de lado la concepción que se tiene de la artesanía como una labor complementaria y poco atractiva en sí misma. Por el contrario, se debe trabajar en su divulgación y valoración de modo que poco a poco se convierta en protagonista y empiece a cobrar la importancia que merece a través de proyectos que la pongan en valor.

No basta con conocer el origen, las técnicas y tradiciones, es necesario que las labores artesanales se mantengan vigentes para que el interés de las comunidades y los turistas permanezca y crezca en el tiempo, de modo que se asegure su protección y preservación Nieto (2016).

Finalmente, se debe considerar a esta práctica cultural y manifestación del patrimonio inmaterial como el instrumento propicio para reconstruir el tejido social del país y favorecer la reconciliación entre los actores implicados en el conflicto.

Las labores artesanales pueden ser el vehículo que le permita a las víctimas alzar su voz y visibilizar su historia para construir memoria en las comunidades y evitar que hechos violentos como los ocurridos se repitan, tal es el caso de las Tejedoras de Mampuján, un grupo de mujeres campesinas que se han dedicado a tejer en tapices lo que durante años ha sucedido en los Montes de María, en el caribe colombiano, con el objetivo de sanar sus heridas y no olvidar.

De otra parte, puede ser la herramienta que favorezca la resocialización y reinserción de los victimarios a la sociedad.

Práctica artesanal del fique.

El fique es una planta a partir de la cual se obtiene una fibra que durante siglos ha sido empleada en muchas zonas del país. Es un material comúnmente usado para realizar todo tipo de elementos decorativos y artesanales empleando diversidad de técnicas que están relacionadas con las tradiciones, la historia, la situación geográfica de las comunidades y los recursos disponibles para realizar esta labor que refleja su identidad cultural.

Según Rodríguez (2015) “El fique es, en síntesis, la fibra que está más conectada con la cultura campesina en Colombia”. Sin embargo, esta conexión está en peligro. Durante los últimos años, el número de hectáreas cultivadas ha disminuido considerablemente y con ello, la cantidad de toneladas producidas y exportadas a países como Estados Unidos, Países Bajos, Turquía, España, China, entre otros.

Según Ardila (s.f.), es claro que:

El cultivo del fique en Santander trascendió el campo económico y se arraigó en la tradición campesina de sus habitantes convirtiéndose en un símbolo cultural. Sin embargo, esta práctica artesanal se ha abandonado progresivamente en las últimas décadas amenazando con una pronta extinción.

Este fenómeno obedece en gran medida a los altos costos que conlleva su producción, al esfuerzo físico que implica y a la poca rentabilidad que genera el cultivo de fique a las familias campesinas, sumado al hecho de que este producto tarda más de tres años en empezar a producir pencas, de donde proviene la fibra, tiempo en el que los productores no obtienen ninguna ganancia, situación que los ha motivado a migrar hacia el cultivo de otros productos de menor duración y mayor rentabilidad. Adicional a ello y de acuerdo con la Cartilla Técnica del Cultivo de Fique, solo se aprovecha la fibra que equivale al 4% y el porcentaje restante (jugos y bagazo) se desperdicia.

Debido a ello, en los últimos años ha aumentado el número de investigaciones y pruebas y por tanto, la elaboración de productos a partir de esta materia prima, empleada para elaborar detergentes, aislantes térmicos, abono, productos cosméticos, concentrado para animales, entre otros. De esta manera, se puede asegurar la sostenibilidad ambiental de los municipios fiqueros y la sostenibilidad ambiental y cultural de las familias que se dedican al cultivo del fique desde hace décadas. Es por ello, que el apoyo de los gobiernos y las empresas puede significar la integración y reintegración del fique a las labores artesanales e industriales, que se traducirían en su recuperación y difusión y en el desarrollo de más productos a base del jugo y del bagazo del fique, mejorando la calidad de vida de los campesinos y beneficiando la economía de estos municipios.

Turismo creativo.

En relación con este concepto, la UNESCO (2021) señala que:

El turismo creativo permite generar nuevas oportunidades para aquellas actividades centradas en la creatividad que incorporan la propiedad intelectual y abarcan desde la artesanía tradicional a las complejas cadenas productivas de las industrias culturales. Plantea combinar la tradición con la innovación tomando la creatividad como hilo conductor, para detonar un desarrollo mediante la participación y la generación de oportunidades para la comunidad.

El origen del turismo creativo se remonta a la estandarización que se venía formando en varios destinos turísticos en torno al turismo cultural. Aunque múltiples autores mencionan que el término va de la mano del turismo experiencial, Mazarrasa (2016) afirma que es importante marcar la diferencia; el turismo experiencial toma al viajero como un sujeto pasivo que solo es espectador de la experiencia mientras que el turismo creativo pretende que el turista se involucre y sea partícipe de la experiencia, produciéndole mayor satisfacción.

Según Gombault (citada en Mazarrasa, 2016), el término “turismo creativo” fue inspirado por el proyecto Eurotex que intentó estimular la producción artesanal a través del turismo, vendiendo los productos locales a los turistas para preservar las tradiciones y asegurar el empleo local. Uno de los mayores desafíos fue que los turistas aprendieran a diferenciar los productos artesanales, que valoraran el trabajo empleado, el tiempo invertido y las habilidades aplicadas en su fabricación; tras analizar lo anterior, se llegó a la conclusión de que la mejor forma de lograrlo era involucrando al turista en el proceso.

Díaz y Castro (2017) establecen que “la interacción entre los participantes convierte a estas iniciativas en alternativa a las tradicionales visitas guiadas y facilita el conocimiento directo de los agentes culturales activos en el destino turístico”. Incluso, posibilita la inclusión de personas con discapacidad en la actividad turística ya que “esta capacidad de experimentar emociones encuentra sus raíces en la misma naturaleza humana, por lo que constituye un elemento común a todas las personas, con independencia de las capacidades o las limitaciones físicas o psíquicas de cada uno.”

Ello abre la puerta a pensar que el turismo creativo también puede ser una solución alternativa a los tratamientos de trastornos como estrés, ansiedad y depresión, procesos de rehabilitación, fortalecimiento de habilidades cognitivas, entre otros.

Por otra parte, Molina (2016) menciona que:

El turismo creativo no persigue crecer o expandirse sin control, sino que principalmente busca erigirse como una estrategia para trascender hacia el desarrollo y el bienestar de la

comunidad. Esa es la identidad central del turismo creativo: coincidir con la realidad, no con la representación de la realidad de cada comunidad. (p. 18).

Dicho lo anterior, se puede establecer que el turismo creativo resulta ser la mejor forma de planificar el turismo en los destinos turísticos y con ello, evitar la masificación, al punto de que supere la capacidad de carga y la actividad resulte inconveniente y perjudicial para la comunidad. Inclusive, esta tipología en ascenso puede representar el modo idóneo de salvaguardar las técnicas y tradiciones artesanales en estos lugares, con el fin de que su esencia se mantenga intacta.

En referencia al mismo postulado, Jelincic y Zuvela (2012) indican que la importancia del turismo creativo no radica únicamente en los beneficios que aporta a la economía de los destinos que adoptan este movimiento, “es una nueva forma de turismo en el que los recursos naturales, culturales y personales no son explotados, sino valorizados y optimizados”. He ahí la relevancia de que más destinos turísticos en el mundo migren hacia el turismo creativo y adopten prácticas relativas a este movimiento en su cadena de valor.

De acuerdo con Ovalles (2017), algunos de los beneficios de implementar el turismo creativo en los destinos turísticos son: diversificación de la oferta turística, desestacionalización, deslocalización geográfica, capacidad de combinarse con otras tipologías turísticas y mayor competitividad frente a otros destinos que se mantienen en el turismo tradicional.

Por último, Rivera y Labrador (2013) refieren que el éxito de la oferta de experiencia se basa en las características diferenciales del territorio, del patrimonio, el paisaje, la cultura y la identidad de las poblaciones anfitrionas, así como en el componente sostenible que está implícito en el concepto.

Sostenibilidad.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) (2005),

El desarrollo turístico sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas del presente, a la vez que preserva y promueve las oportunidades para el futuro. Está enfocado a un modelo de gestión de todos los recursos de manera que se puedan alcanzar las necesidades económicas, sociales y estratégicas a la vez que se respete la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte a la vida. (p.11-12).

Según Sharpley (citado en Cànoves, Villarino y Herrera, 2006), la sostenibilidad del turismo es intrínseca a la participación y equidad de los actores del fenómeno turístico por eso, “el turismo rural sostenible consiste en encontrar una correcta armonía en la relación que se

establece entre las necesidades del visitante, el lugar y la comunidad receptora.” (La Countryside Comisión, 1995).

Es imprescindible que cualquier política de desarrollo turístico con enfoque rural tenga como mínimo los principios básicos de uso óptimo de los recursos ambientales como pilar fundamental del desarrollo turístico para evitar futuros problemas derivados de la actividad, respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas a través de la conservación de sus activos arquitectónicos y culturales y de sus valores tradicionales sin dejar atrás la lucha contra la intolerancia cultural y finalmente, asegurar actividades económicas viables en el largo plazo que beneficien a todos los agentes que hacen parte de la cadena del turismo.

Cabe mencionar que el turismo rural no siempre es sinónimo de turismo sostenible debido a que, en algunos casos, la oferta está poco coordinada y no hay un mecanismo de control riguroso lo que ocasiona daños ambientales, sobresaturación del destino, falta de desarrollo y afectación a la comunidad. Con el fin de que esto no ocurra, en la Política de Turismo Sostenible se señala que:

Se necesita un compromiso conjunto del Gobierno Nacional, las autoridades locales, el sector privado, las comunidades locales, los viajeros y otros actores de la cadena de valor para desarrollar e implementar soluciones transformadoras que contribuyan efectivamente al crecimiento sostenible del sector turismo. (p. 5).

Sumado a ello, es clave que se aplique una estricta regulación a la fabricación de plásticos de un solo uso y se impulsen:

cambios en los destinos y los negocios turísticos relacionados con la eliminación de plásticos innecesarios, la implementación de acciones innovadoras para que los plásticos necesarios se reutilicen o reciclen, y la circulación de sus residuos para mantenerlos en la economía y no devolverlos al medio ambiente. (p. 84).

Teniendo en cuenta lo anterior, es significativo que desde los gobiernos locales se tomen acciones al respecto como la prohibición de los plásticos de un solo uso en sus entidades, además de la concientización de la población sobre la necesidad de preferir materiales sostenibles sobre los que no lo son, y migrar hacia el consumo de productos cuya huella de carbono sea significativamente menor, como es el caso del fique.

Asociatividad y cooperativismo.

Según el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, una cooperativa es una organización que tiene como objetivo principal mejorar la calidad de vida de sus socios basándose en los principios de la economía social: igualdad, inclusión, respeto y pluralismo.

En torno a este concepto, establece que responde a un conjunto de organizaciones formales creadas para satisfacer de manera asociativa, las necesidades de sus socios. Algunas de sus características son: la primacía de la persona sobre el capital, la adhesión voluntaria, la defensa y aplicación del principio de solidaridad y responsabilidad y la autogestión e independencia.

Las cooperativas conjugan tradición y modernidad en partes iguales y se pueden emplear en prácticamente todos los sectores de la economía, aunque su importancia no puede ni debe radicar únicamente en su peso económico ya que el cooperativismo afecta la dimensión social y cultural de las comunidades, produciendo algunos cambios en ella. Este concepto históricamente ha significado mayor desarrollo local, lucha contra el desempleo y aplicación de técnicas específicas de organización y producción de acuerdo al modelo que siguen. Dentro de esta se encuentra el modelo cooperativo, mismo que se basa en principios tales como la responsabilidad, la solidaridad, la ayuda mutua, la igualdad, la equidad y la democracia.

De acuerdo con Narváez, Fernández y Senior (2008), “el proceso de desarrollo local vincula estrechamente los aspectos sociales, económicos, culturales, políticos, ambientales y administrativos con el objetivo fundamental de elevar el nivel de vida de la población de una localidad”. Ello corrobora que las cooperativas son el modelo idóneo para mantener el carácter tradicional y patrimonial del municipio, así como para mejorar la calidad turística de la zona y las condiciones de vida de los artesanos y demás miembros.

Por otra parte, los mismos autores señalan, esta vez respecto a la asociatividad, que “es una estrategia colectiva que se ha ido constituyendo en un requisito para la sobrevivencia de las empresas, así como en una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas.”

Esta se refiere a los mecanismos de relación y acción conjunta organizada entre distintos actores, empresas, personas u organizaciones interesados en unir sus esfuerzos de manera voluntaria, para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente, favoreciendo la legalidad de las empresas, del sector y el crecimiento económico conjunto y responsable.

Es sobresaliente mencionar además el concepto de economía creativa que según el mismo ministerio tiene el potencial de fomentar el crecimiento económico, la innovación, el comercio, de crear empleos y ganancias de exportación y a la vez, de promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano, procesos para los cuales, la asociatividad cobra un valor trascendental.

Marco geográfico

Mapa.



Figura 1. Mapa político de Barichara. Alcaldía de Barichara (2018).

Los primeros habitantes del departamento de Santander fueron los indígenas Guane. Sin embargo, esta comunidad únicamente se asentó en el territorio que actualmente corresponde a los municipios de la Mesa de los Santos, Jordán, Cabrera y Barichara (Guane).

La llegada de los españoles a la región en el siglo XVI representó una drástica disminución de la población guane puesto que las enfermedades, los trabajos forzosos y el mestizaje favorecieron su rápida y progresiva desaparición.

Las tierras que habitaba esta comunidad fueron entregadas a vendidas a blancos y mestizos que empezaron a poblar la zona atraídos por la aparición de la Virgen en una piedra de cal en 1702. Se cree que fue hacia 1742 cuando se realizó la fundación de Barichara aunque no existen archivos oficiales que lo constaten.

En 1750, la población solicitó al Virreinato la construcción de una parroquia separada a la de San Gil que fue erigida bajo el nombre de Nuestra Señora de la Concepción de Barichara y San Lorenzo Mártir. Tras múltiples pleitos con el sacerdote de la Parroquia de San Gil, en 1757 hubo un fallo definitivo a favor de la Parroquia de Barichara.

El 13 de enero de 1800, los habitantes de Barichara solicitaron al Virrey Mendinueta que erigiera una villa con total independencia de San Gil dando paso a la “Villa de San Lorenzo de Barichara”.

Fue en 1975 cuando el municipio recibió el apelativo de “El pueblito más lindo de Colombia” y se convirtió en Monumento Nacional. En el año 2010, Barichara fue declarado Pueblo Patrimonio de Colombia.

Hasta el día de hoy, los santandereanos conservan algunas costumbres de la comunidad indígena Guane como el consumo de hormigas culonas, arepas de maíz, la tejeduría y el trabajo en cerámica.

Ubicación.

El municipio de Barichara se encuentra ubicado en el departamento de Santander, en la provincia de Guanentá.

Límites.

Barichara limita al oriente con los municipios de Villanueva y San Gil.

Al occidente con los municipios de Galán y Zapatoca.

Al norte con los municipios de Zapatoca y Villanueva.

Al sur con los municipios de San Gil y Cabrera.

Actividad económica.

Los habitantes de Barichara se dedican principalmente al turismo, a la agricultura y la ganadería en pequeña escala, a la elaboración de artesanías y a la alfarería.

División administrativa.

La extensión territorial total de Barichara es de 232.330 Km², su área urbana tiene una extensión de 104.33 Km² y su extensión de área rural es de 128 Km².

Marco conceptual

Artesanía.

“Actividad creativa de producción de objetos, realizada con predominio manual, ayuda de herramientas y maquinaria simples con un resultado final individualizado, determinado por el medio ambiente y el desarrollo histórico” (Artesanías de Colombia, 2010).

Fique.

Según Artesanías de Colombia (s.f.), el fique es una planta natural del trópico, de fibra dura que mide entre dos y siete metros de alto. Sus hojas que suelen ser largas, angostas, puntiagudas y de color verde, pueden medir entre uno y dos metros de altura y entre diez y veinte centímetros de ancho.

Turismo creativo.

“El turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias características del lugar”. Raymond y Richards (citados en Mazarrasa, 2016).

Turismo sostenible.

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.” (OMT, s.f.).

Asociatividad.

Por asociatividad empresarial entendemos todas aquellas formas de cooperación entre empresas, ya sea horizontal, transversal o verticalmente, que tiene por objeto principal mejorar la gestión, la productividad y competitividad de las empresas asociadas. Su connotación por lo tanto es diferente al concepto de asociaciones empresariales-asociacionismo lo denominan en Europa, cuyo objetivo principal es la representatividad ante el sector público. Así mismo el concepto asociativo tiene una lectura diferente a la tradicional de cooperativismo, en cuanto que este busca esencialmente es la colaboración principalmente de los trabajadores. Sin embargo, con este término asociativo queremos cobijar esas y muchas otras formas de organización de los empresarios y trabajadores como mutuales, fondos, empresas asociativas de trabajo y cooperativas de trabajo asociado, entre otros. (Pallares, 2003, s.p.).

Cooperativismo.

El cooperativismo es un movimiento que impulsa la creación y organización de cooperativas. Una cooperativa es una sociedad autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para afrontar sus necesidades comunes por medio de una empresa conjunta que se gestiona de forma democrática. (ACNUR, 2018, s.p.).

Marco legal

Artículo 72 de la Constitución Política de Colombia.

El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

Ley 300/1996.

Establece las directrices que empezaron a regir la industria turística en Colombia y el manejo que se le iba a dar de ese momento en adelante. La ley contempla al turismo como una industria importante que va en crecimiento.

Ley 397/1997.

Esta norma se especializa en todo lo relacionado con la cultura y el patrimonio y el manejo que se le dará a aspectos claves como la declaratoria de monumentos nacionales, patrimonio arqueológico, manejo de patrimonio cultural de la nación (material e inmaterial), bienes de

interés cultural, derechos de las comunidades sobre sus saberes y tradiciones y las labores de las personas y lugares que van a refugiar el patrimonio.

Decreto 4588/2006.

Reglamenta la organización y funcionamiento de las cooperativas y precooperativas de trabajo asociado estableciendo aspectos como su naturaleza, objeto social, modus operandi, medios de producción y/o labor, el trabajo asociativo y sus actos cooperativos, las obligaciones y regímenes que cobija, así como las excepciones, prohibiciones y los mecanismos de control.

Ley 1185/2008.

Modifica la ley 397/1997. Establece el grado de importancia del Patrimonio Cultural Inmaterial para las comunidades del país entre las que se encuentran las manifestaciones como la artesanía y los trabajos manuales. Además, pretende darlos a conocer a través de una lista asegurando su salvaguardia.

Ley 1558/2012.

Esta ley modifica la ley 300 de 1996. Además de dictar nuevas disposiciones para el sector, introduce varios conceptos nuevos, entre ellos, el de desarrollo sostenible que se convierte en un aspecto a tener en cuenta de ese momento en adelante, en los proyectos que han empezado a surgir y en la implementación del concepto en los que ya existían al momento de expedición de la norma.

Ley 1834/2017.

La llamada “Ley naranja” establece alrededor del turismo algunas variables trascendentales como patrimonio cultural y su relación con el sector, industrias culturales y creativas y producción artística para la creación y el desarrollo de propuestas de valor que aseguren la sostenibilidad.

Plan de desarrollo turístico 2018-2022.

Detalla todo lo que el gobierno actual quiere poner en marcha en la industria durante su administración.

Compete a la investigación principalmente la mención de la artesanía como parte clave del turismo cultural y como una industria creativa que hace parte del creciente movimiento de la economía naranja. Además, establece una alianza entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) y Artesanías de Colombia con el objetivo de desarrollar y promocionar productos turísticos en torno a las denominaciones de origen y las prácticas artesanales, así como la vinculación de los artesanos a la cadena de valor.

Norma técnica sectorial (NTS TS) 002.

Establece los requisitos generales de sostenibilidad que se deben cumplir y los requisitos específicos que abarcan sus componentes, con el fin de salvaguardarlos para asegurar su protección.

Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.

Establece las ventajas de esta tipología turística y su importancia incalculable ya que “todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural: sin la cultura no se explica el turismo”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Cultura, 2007).

Por otra parte, menciona algunas estrategias con el fin de dar cumplimiento a la política y enfrentar las debilidades que se presentan, mejorar la oferta turística cultural a partir de la participación de las comunidades y el fortalecimiento de algunos componentes como la gastronomía y la artesanía y mejorar la promoción de los destinos para atraer más visitantes.

Política de turismo y artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.

Detalla la verdadera importancia de la artesanía, la generación de empleo que provoca, la salvaguardia del patrimonio cultural y las tradiciones, la formación y arraigo de la identidad cultural de las comunidades y la capacidad de atraer de nuevo al turista que se llevó ese artículo como recuerdo.

Política de turismo sostenible.

De cara a la importancia de integrar el componente sostenible a los proyectos turísticos, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo presenta un marco legal y conceptual, un diagnóstico de la sostenibilidad en el sector turístico colombiano, formula unos objetivos para su desarrollo y un plan estratégico que contempla la transformación sostenible del turismo en Colombia.

Metodología de la investigación

Enfoque de la investigación

De acuerdo con Packer (2018), “la investigación cualitativa puede generar hipótesis pero nunca probarlas, por lo que no puede proveer explicaciones”. Así mismo, el autor afirma que este enfoque de la investigación solo provee descripciones, que es subjetivo y que únicamente estudia experiencias.

Por otra parte, Flick (2013) establece que “la investigación cualitativa estudia el conocimiento y las prácticas de los participantes”. Además, el autor sostiene que los puntos de vista y las prácticas in situ varían de acuerdo a las perspectivas subjetivas y a los ambientes relacionados con ellas.

Esta investigación tendrá enfoque mixto. Por un lado, será cualitativa debido a que se pretende estudiar la cotidianidad del contexto en el que se desarrolla el fenómeno planteado y a que está estrechamente relacionada con una ciencia social. De otra parte, será cuantitativa porque se aplicarán encuestas y a la información recolectada se le dará un manejo estadístico.

Tipo o método de investigación

Cegarra (2012) establece que los estudios exploratorios se emplean “para averiguar si existe o no un fenómeno, como primer paso a una investigación”. Por otra parte, del Castillo y Olivares (2014) afirman que en un estudio “exploratorio no es necesario contar con supuestos teóricos a probar, pues se está iniciando y todavía no se contemplan resultados esperados”.

El método que se aplicará a esta investigación es el exploratorio ya que lo que se pretende es introducir el componente creativo al atractivo turístico elegido que es el Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo de Barichara, algo distinto a lo que hay actualmente en el mercado, por eso, no es posible describir el fenómeno si lo que en realidad implica la investigación es la transformación y la transición del atractivo actual hacia uno más llamativo e innovador.

Técnicas e instrumentos según el objetivo específico

Tabla 1.

Técnicas e instrumentos de investigación

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Caracterizar el proceso de fabricación del papel artesanal en fique.	Observación Fotografía	Matriz de caracterización

Identificar el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo sobre la fabricación de papel artesanal de fique.	Encuesta	Cuestionario estructurado
--	----------	---------------------------

Nota: Autoría propia.

Técnicas de investigación.

Según Padua (2018),

Las técnicas de recolección de datos, así como la estadística, son instrumentos de los cuales se puede servir el investigador, dados sus propósitos teóricos. De ahí que deba tomar frente a ellos una actitud a la vez flexible y vigilante. Flexible en el sentido de no juzgarlos a priori; crítica y vigilante en el sentido de no utilizarlos automáticamente. (p.7).

Las técnicas para una investigación de tipo exploratorio pueden ser primarias o secundarias. Las primarias pueden ser: encuestas, entrevistas, focus group y observación. Mientras que las secundarias pueden ser investigación en línea, investigación bibliográfica, estudios de caso, entre otras.

Para esta investigación se emplearán algunas técnicas primarias como la encuesta, la fotografía y la observación.

De acuerdo con Quispe (2014), “la encuesta es una forma de obtener datos directamente de la gente en una forma sistemática y estandarizada, por lo cual se aplica una serie de preguntas, las cuales deben ser estructuradas previamente”.

Mientras que Salgado (2010) define la observación como una “técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad”.

Por otra parte, la fotografía según Bonetto (2016), “permite observar, analizar y teorizar la realidad social. Más específicamente, la imagen como dato ayuda a contextualizar lo observado y posibilita profundizar sobre aspectos menos visibles en otros modos de registro de lo observado”.

Población

Danel (2015) establece que la población “es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones y acerca de la cual queremos hacer inferencias. Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo”.

La población seleccionada fueron ciudadanos colombianos que se encontraran al momento de realizar la encuesta en los rangos de edad entre 15 y 25 años, 26 y 35 años, 36 y 45 años, 46 y 55 años, 56 y 65 años y de 66 años o más.

Muestra

Existen diversos tipos de muestras en el ejercicio investigativo. Estas pueden ser con voluntarios, con expertos, de casos-tipos, variables, por conveniencia, en cadena, con casos extremos y muestras teóricas.

Para esta investigación la muestra fueron cinco hombres y cinco mujeres de cada rango de edad que se eligieron por conveniencia.

De acuerdo con Casal y Mateu (2003), el muestreo por conveniencia:

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. 3-7).

Capítulo I Caracterización del proceso de fabricación del papel artesanal en fique

Papel artesanal

Desde hace siglos, los humanos buscan una forma de lograr que su legado perdure en el tiempo. Los sucesos históricos y la evolución del hombre han demostrado que la mejor manera de lograrlo es a través de la comunicación, oral y escrita.

Es por eso, que incluso algunos milenios antes de Cristo, los hombres empezaron a buscar herramientas que les permitieran alcanzar su objetivo. Es así precisamente que surgió la idea de plasmar los escritos en materiales orgánicos que aseguraran la perdurabilidad de los documentos y de la información allí consignada. Las sociedades más avanzadas como los griegos, los romanos, los egipcios, los chinos, entre otros, fueron los primeros en experimentar con cortezas de árbol, madera, algodón, cera, hojas de palma, cuero, papiro, bambú, seda e incluso, huesos de animales.

Es evidente que el origen del papel involucró prácticas artesanales, por ello, se podría afirmar que el origen del papel artesanal se remonta a los inicios del papel en sí mismo.

De acuerdo con Marcos (1993), Ts'ai Lun fue quien perfeccionó el invento del papel, tras varios intentos fallidos por parte de unos cuantos que siempre resultaban en un papel quebradizo. Gracias a las excavaciones realizadas durante el siglo XX, la humanidad ha podido acceder a algunas muestras que denotan la antigüedad del invento.

En 1962, Tsuen-Hsuei Tsien, encontró en una provincia al norte de China, el trozo de papel más antiguo del mundo que data entre fines del siglo II e inicios del siglo I antes de Cristo.

Tras el gran auge que tuvo el papel en China y la reserva del secreto de su elaboración durante más de 500 años, se autorizó su fabricación en Corea, sin embargo, los materiales cambiaron de acuerdo a las posibilidades de cada provincia, extendiéndose a materias primas que no habían sido tenidas en cuenta para su elaboración como la paja de arroz.

Siguiendo con esa premisa, se extendió la elaboración de papel por todo el mundo, especialmente hacia occidente. En Oriente Medio el uso del papel creció rápidamente, en especial, el papiro, empleado por los musulmanes para redactar documentos administrativos y las copias del Corán. Su uso cobró tanta importancia que en Bagdad se construyeron los primeros talleres papeleros dedicados a la fabricación de pergamino, por motivos comerciales. Así, su fabricación se extendió hacia Siria, Yemen y Egipto, además de las exportaciones que se realizaban a occidente a través de Grecia.

A partir de ello, se puede afirmar que el papel entró a Europa por el sur del continente, luego de que los árabes conquistaran el norte de África. Ello lleva a pensar que los primeros molinos papeleros en Europa se ubicaron en países como España, específicamente en Andalucía, región

que durante largo tiempo estuvo bajo el dominio de los musulmanes. No obstante, Valls (citado en Marcos, 1993) establece con respecto a Játiva, una ciudad de la comunidad valenciana, que: Xátiva no fue un molino, una fábrica de papel que se hizo más o menos famosa. Sino que en Xátiva se crearon un conjunto de molinos de papel, y de esta unión surgió sin ningún género de dudas, lo que ahora se llamaría el primer complejo industrial papelerero de Europa. (p. 66).

Se cree que hacia 1580, llegó la producción de papel a América, específicamente a México, siendo el papel de barba y el papel de fumar unos de los primeros tipos de papel que fueron vendidos por España a sus colonias en América. A pesar de que la industria papelerera era sobresaliente para la corona española, esta optó por no fomentar la masiva construcción de molinos papeleros en el nuevo continente puesto que ello significaría dejar de percibir ingresos por concepto del impuesto de papel sellado.

La información expuesta evidencia que cada sociedad empezó a fabricar papel conforme a sus principios culturales y a las materias primas que tenían disponibles en su territorio. Claramente, la fabricación de papel se industrializó a medida que los avances de la ciencia y la industria así lo permitieron, llegando a encontrar en el mercado actual decenas de tipos de papel elaborados con diversidad de materiales y para gran variedad de usos.

Los usos del papel artesanal

Los usos del papel artesanal en el mundo han sido variados y han evolucionado de acuerdo a las necesidades sociales. Algunos de sus productores mantienen vigentes las técnicas que eran empleadas siglos atrás, sin embargo, han optado por innovar en los productos que fabrican, probablemente para atraer la atención de nuevo público y evitar que estas prácticas desaparezcan.

Se conoce que, en la actualidad, el papel artesanal ha sido sujeto de numerosas transformaciones que han hecho posibles la creación de nuevos productos con base en él, tales como el papel con flores, plantable, germinado, de gran formato, entre otros. Incluso el Museo del Molino de Papel de Capellades, España comercializa un kit y los suministros necesarios para hacer papel en casa.


En el caso del papel artesanal producido en Colombia, destaca que requiere más tiempo para su elaboración y por tanto, se produce en pequeñas cantidades y a base de materiales cuyo proceso no está masificado tales como los productos agrícolas, en este caso, el fique, la piña, el tabaco, el papiro, entre otros. Los principales usos del papel artesanal son: artístico, utilitario e industrial. El uso artístico contempla labores de fotografía, grabados, litografía y serigrafía, mientras que el uso utilitario involucra la elaboración de objetos como libros, libretas, tarjetas,

portarretratos, accesorios, cortinas y más. En cambio, el principal uso industrial del papel artesanal es la fabricación de anillos protectores de calor.

Caracterización de la fabricación

Tabla 2.


Corte de la penca de fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
001	Corte de la penca de fique
Procedimiento	Imagen
El artesano corta las pencas de fique, materia prima para la elaboración del papel.	 <p>Figura 2. El Taller de Papel 1. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 3.


Desfibrado del fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
002	Desfibrado del fique
Procedimiento	Imagen
El artesano pasa las pencas de fique por la desfibradora para obtener la fibra que será empleada para la elaboración del papel artesanal.	 <p>Figura 3. El Taller de Papel 2. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 4.


Ablandado del fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
003	Ablandado del fique
Procedimiento	Imagen
Se sumerge la fibra de fique con agua y cal en una olla de cobre, mínimo durante tres meses. Tiempo después del cual, se puede manipular la fibra con mayor facilidad.	 <p>Figura 4. El Taller de Papel 3. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 5.


Cocido del fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
004	Cocido del fique
Procedimiento	Imagen
Posterior a ello, se cuece la fibra de fique con agua con cal, cayena y ceniza en una olla de cobre durante ocho horas.	 <p>Figura 5. El Taller de Papel 4. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 6.


Lavado del fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
005	Lavado del fique
Procedimiento	Imagen
Transcurridas las ocho horas durante las que se coció la fibra, se lava para eliminar los residuos de cal, especialmente.	 <p>Figura 6. El Taller de Papel 5. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 7.

Macerado del fique


Código de secuencia	Nombre del proceso
006	Macerado del fique
Procedimiento	Imagen
Una vez lavada, se procede a golpear la fibra de fique con un mazo de madera hasta licuarla.	 <p>Figura 7. El Taller de Papel 6. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).	

Elaborado por: Laura Hernández Barriga

Nota: Autoría propia.

Tabla 8.

Disposición del fique


Código de secuencia	Nombre del proceso
007	Disposición del fique
Procedimiento	Imagen
Una vez licuada, se deposita la fibra de fique en una pileta llena de agua.	 <p>Figura 8. El Taller de Papel 7. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).	
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 9.

Formación de la hoja de papel de fique


Código de secuencia	Nombre del proceso
008	Formación de la hoja de papel de fique
Procedimiento	Imagen

<p>Se sumerge en la pileta un marco de madera que sostiene una malla, en la cual quedarán atrapadas las partículas de fique que dan forma a la hoja de papel.</p>	 <p>Figura 9. El Taller de Papel 8. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
<p>Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>	
<p>Elaborado por: Laura Hernández Barriga</p>	

Nota: Autoría propia.

Tabla 10.


Apilamiento de las hojas de papel de fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
009	Apilamiento de las hojas de papel de fique
Procedimiento	Imagen
<p>Se disponen las hojas de papel de fique, una sobre otra, con paños de algodón entre sí.</p>	 <p>Figura 10. El Taller de Papel 9. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
<p>Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>	
<p>Elaborado por: Laura Hernández Barriga</p>	

Nota: Autoría propia.

Tabla 11.

Extracción del exceso de agua de las hojas de papel de fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
010	Extracción del exceso de agua de las hojas de papel de fique
Procedimiento	Imagen
Una vez obtenida una cantidad considerable de hojas, se elimina el exceso de agua con ayuda de una prensa.	 <p>Figura 11. El Taller de Papel 10. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).	
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 12.

Secado de las hojas de papel de fique



Código de secuencia	Nombre del proceso
011	Secado de las hojas de papel de fique
Procedimiento	Imagen
Luego de pasar por la prensa, se procede a disponer las hojas de papel bajo el sol durante dos horas para que se sequen.	

	Figura 12. El Taller de Papel 11. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).
Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).	
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 13.

Planchado de las hojas de papel de fique

Código de secuencia	Nombre del proceso
012	Planchado de las hojas de papel de fique
Procedimiento	Imagen
Una vez secas, las hojas se separan de los paños de algodón y se ubican de dos en dos entre láminas metálicas para ser planchadas por una prensa.	 <p>Figura 13. El Taller de Papel 12. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).</p>
Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).	
Elaborado por: Laura Hernández Barriga	

Nota: Autoría propia.

Tabla 14.

Fin del proceso

Código de secuencia	Nombre del proceso
013	Fin del proceso
Procedimiento	Imagen

Tras el proceso de planchado, las hojas de papel de fique ya están listas para ser utilizadas.



Figura 14. El Taller de Papel 13. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).

Fuente: El Taller de Papel. Fundación San Lorenzo de Barichara (2011).

Elaborado por: Laura Hernández Barriga

Nota: Autoría propia.

La caracterización expuesta constata que la elaboración de papel artesanal de fique es un proceso que involucra técnicas ancestrales. De hecho, en la descripción que hace Marcos (1993) sobre la fabricación de papel tradicional en Japón, se mencionan varios de los procedimientos que actualmente son empleados en el Taller de Papel, específicamente, los relacionados con el cocido (involucra el lavado), batido (equivalente al macerado), la preparación de la pulpa (igual a la disposición del fique), formación de la hoja, prensado (para eliminar el exceso de agua) y secado. Claramente, las herramientas empleadas en los procedimientos y los tiempos de ejecución varían. Sin embargo, son en esencia, los mismos que usaban los papeleros hace siglos.

Es precisamente la vigencia de tan ancestrales técnicas lo que hace que sea imperativa su preservación, he ahí la importancia del turismo creativo. De hecho, el proceso antes mencionado claramente es un insumo que puede ser aprovechado desde esta tipología turística pues sus condiciones de atractividad y ancestralidad representan un atractivo significativo y un activo muy valioso a partir del cual se puede iniciar toda una labor de valoración y resignificación de la tradición que eventualmente, facilite la concientización de la población frente a las labores artesanales.

Capítulo II Caracterización del perfil del turista interesado en un producto turístico creativo sobre la fabricación de papel artesanal de fique

Perfil del turista y demanda turística

La Organización Mundial del Turismo, en su estudio “Introducción al Turismo” (citada en Romero, 2014) afirma que:

La definición de demanda turística varía según los intereses que muevan al investigador. Así, un economista se centrará en la demanda desde el punto de vista del consumo, un psicólogo se interesará más por el comportamiento y las motivaciones de dicha demanda, etc. (p. 10).

Además, menciona que:

En este sentido, se muestra la demanda turística como una agrupación de consumidores turísticos, tanto los reales como los potenciales o previstos, que se desplazan y consumen a su vez una cantidad de servicios y productos turísticos influenciados por sus propias necesidades y motivaciones. (p. 10).

La demanda turística puede ser nacional o internacional e individual o agregada. La demanda nacional es aquella que viaja al interior del país de residencia mientras que la demanda internacional contempla los viajes que se realizan fuera de este. La demanda agregada involucra la suma del gasto turístico en bienes y servicios complementarios al producto turístico principal, esta puede verse afectada por la renta, el gasto público y las inversiones que se realicen en el sector turístico. Por otra parte, la demanda individual abarca a un individuo o con un conjunto de ellos que viajan fuera de su residencia habitual por un periodo de tiempo inferior a un año con el fin de consumir productos y servicios turísticos, motivados por sus intereses, deseos y necesidades.

Los factores que determinan la demanda turística individual y agregada son: factores económicos, motivacionales, demográficos, geopolíticos y de mercado.

En cambio, Rivas (2017) menciona que el análisis de la demanda turística debe considerar aspectos como: de dónde vienen los turistas, a través de qué medio de transporte lo hacen, qué tipo de alojamiento y régimen usan, cuántos días dura su estancia, cuáles son sus pautas de gasto, qué modalidad de oferta turística buscan, encuestas turísticas que midan el grado de satisfacción del turista y valoración del destino y el perfil del turista, es decir, el perfil sociodemográfico, su edad, nivel de ingresos, motivaciones, entre otros aspectos.

En la actualidad, las tendencias y movimientos sociales son aquello que está determinando los perfiles de turista. Las personas que viajan solas suelen disponer de un presupuesto de viaje más alto, generalmente, eligen destinos y actividades que les permitan conectarse con sí

mismos o conocer a otras personas solteras. Por el contrario, los mochileros, a pesar de que también viajan solos, tienen hábitos de consumo distintos. Se caracterizan porque prefieren viajar a lugares exóticos o poco concurridos, suelen adquirir únicamente su tiquete aéreo y buscan donde alojarse una vez están en el destino. Además, son personas a las que les gusta interactuar con la comunidad y con otros viajeros, así que optan por compartir sus experiencias en blogs y redes sociales.

Los viajeros de bajo costo suelen ser personas jóvenes que consultan, cotizan y reservan a través de internet. Su característica diferencial es que eligen viajar a los destinos más económicos, es por ello, que son un grupo que se puede catalogar como “muy sensible a los precios”. Por otra parte, se encuentran los viajeros sostenibles o *eco-friendly* que son aquellos que eligen empresas comprometidas con el cuidado del medio ambiente. Por lo general, son personas muy conscientes del impacto social, económico y ambiental que tienen sus acciones, es por ello, que prefieren destinos no masificados en entornos naturales.

En los últimos años, ha crecido la tendencia *adults-only*. Este grupo está compuesto por personas que buscan alojarse en hoteles o resorts donde no esté permitido el ingreso de niños. Caso similar es el de los turistas de lujo que también suelen ser adultos cuyo poder adquisitivo es considerable, son aquellos que buscan destinos exclusivos donde puedan encontrar alojamientos de lujo y una amplia gama de actividades. Finalmente, se encuentra el grupo de personas motivado por la gastronomía que se caracteriza por elegir destinos y paquetes vacacionales que incluyan recorridos por restaurantes locales cuyos sabores y platillos sean sobresalientes. Además, comparten toda su experiencia en redes sociales.

En referencia a lo anterior, Altamirano, Túñez y Marín (2018) establecen que:

Los turistas 2.0 son viajeros que buscan vivir y sentir el destino, así como intercambiar experiencias culturales y emociones con los habitantes; su comportamiento se debe a que están más informados gracias a los medios sociales que facilitan la planificación y la compra de los viajes.

Esto corrobora que independientemente de la tendencia o movimiento social bajo el que se identifiquen los turistas, todos tienen en común el hecho de que son personas mucho más informadas, que, por lo general, fundamentan sus decisiones en las opiniones y comentarios disponibles en los portales web. Del mismo modo, cada vez con menor frecuencia acuden a las agencias de viajes, ello debido a que a través de internet pueden acceder a gran cantidad de información y reservar los servicios que requieran para sus viajes.

Sistematización y análisis de las encuestas

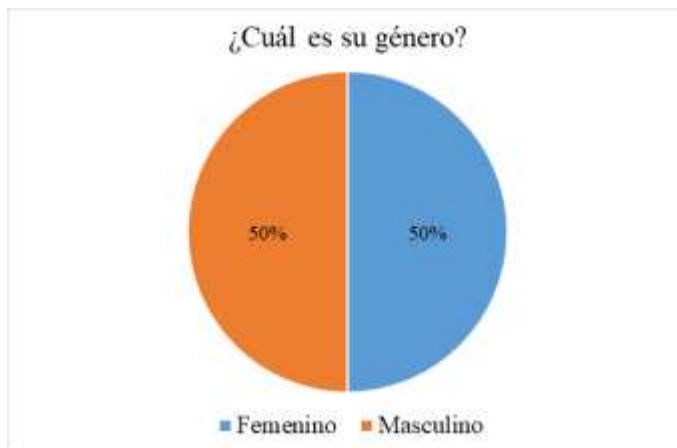


Figura 15. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

De acuerdo a la encuesta realizada, el 50% de los participantes pertenece al género femenino y el 50% restante, al género masculino. Ello significa que existe una posibilidad combinada y que el tema que compete la presente encuesta interesa de igual manera tanto a hombres como a mujeres.

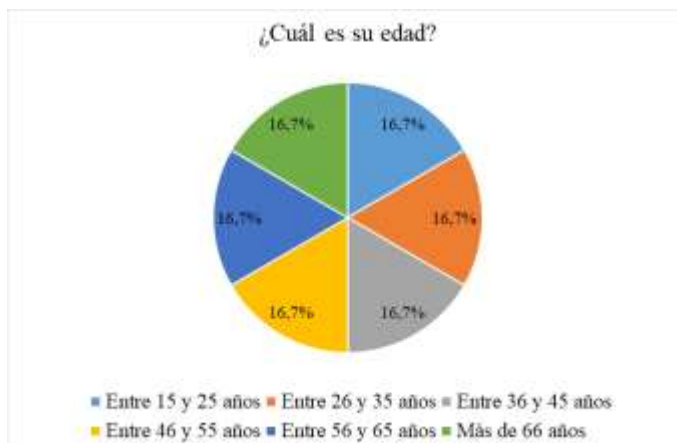


Figura 16. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

Dada la muestra seleccionada, se encuestaron a cinco hombres y cinco mujeres de cada rango de edad establecido, es por ello que los resultados se encuentran distribuidos de manera homogénea en 16,7% por cada uno de ellos.

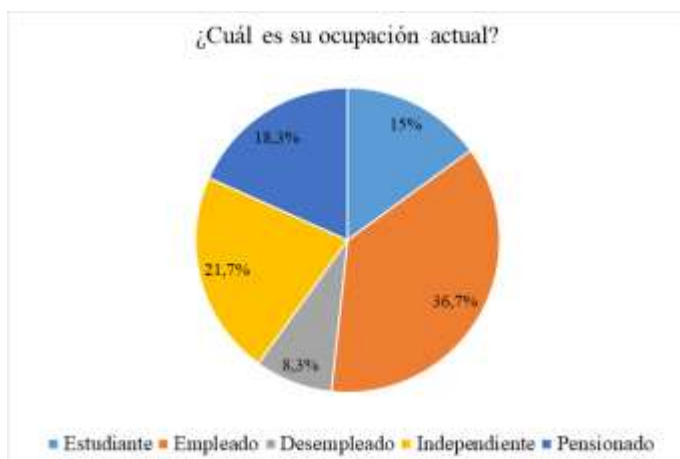


Figura 17. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 36,7% de los encuestados afirmó estar empleado al momento de realizar la encuesta, mientras que el 21,7% declaró ser un trabajador independiente, seguido por el 18,3% que dicen ser pensionados, un 15% mencionó ser estudiante y el 8,3% estar desempleado.

Los datos expresados en la gráfica revelan que más del 76% de la muestra tenía un ingreso económico estable al momento de ser encuestados, lo que significa que estaban en la capacidad de adquirir un producto turístico y destinar una cantidad de dinero para ello.



Figura 18. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 58,3% manifestó haber escuchado de Barichara, seguido por el 20% que no solo escuchó hablar de él, sino que viajó hasta esta localidad en alguna oportunidad. El 18,3% dió a conocer que viajó hasta el municipio y el 3,3% respondió que no había tenido la oportunidad de hacerlo.

Estos resultados revelan que la totalidad de la muestra conoce o ha escuchado hablar del municipio, situación que facilita y favorece la puesta en marcha y promoción del proyecto a ejecutar.

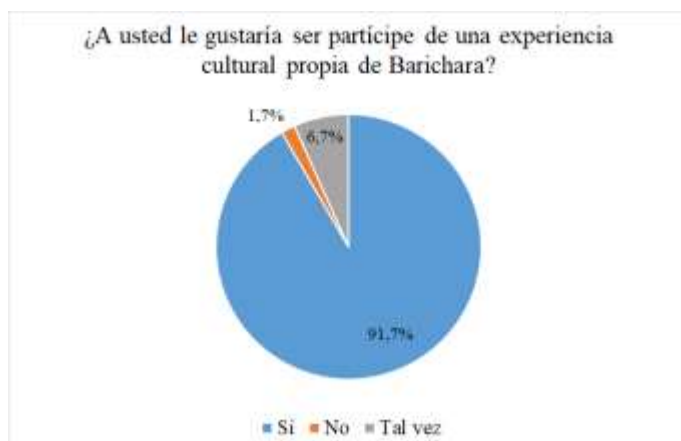


Figura 19. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 91,7% de las personas encuestadas dijo estar interesado en participar de una experiencia cultural propia de Barichara, seguido por el 6,7% que afirmó que tal vez lo haría y el 1,7% que dió a conocer que no lo haría.

La información arrojada por la gráfica refleja que más del 98% de los encuestados participaría en una o más experiencias o consideraría hacerlo, cifra que alienta el desarrollo del proyecto pues claramente representa que en el mercado existe una intención clara de hacer parte de una experiencia cultural propia del municipio, dando a entender que así mismo habría un claro interés por adquirir un producto turístico relacionado con estas.



Figura 20. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 22,6% de los encuestados manifestó estar interesado en participar en un taller de cocina tradicional, el 18,8% en un taller de fotografía, el 12% afirmó que le gustaría participar de un taller de cerámica y el 10,5% de un taller de fabricación de papel a partir de fibras naturales. Por su parte, el taller de tejido en telar y la cata de ginebra obtuvieron 9,8% cada uno, el taller

de acuarela un 7,5% y el taller de construcción con materiales de la región como Tapia pisada el 6%. Finalmente, el 3% dió a conocer que no participaría en ninguna de las actividades.



Figura 21. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 86,7% afirmó estar interesado en participar en los talleres mencionados anteriormente, el 10% dió a conocer que tal vez lo haría y el 3,3% manifestó que no estaría interesado.

Estas cifras implican que el futuro diseño de un producto turístico con las características presentadas tendría un mercado representativo y un nivel de aceptación alto entre la población.



Figura 22. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 58,3% afirmó estar dispuesto a aportar una suma de dinero a cambio de vivir las experiencias mencionadas, seguido por el 38,3% que mencionó que tal vez lo haría y el 3,3% que dijo que no lo haría.

Estos datos indican que la mayoría de los encuestados tiene una intención de compra, ya que afirman que estarían dispuestos a aportar una suma de dinero ante la posibilidad de participar en una serie de experiencias culturales.

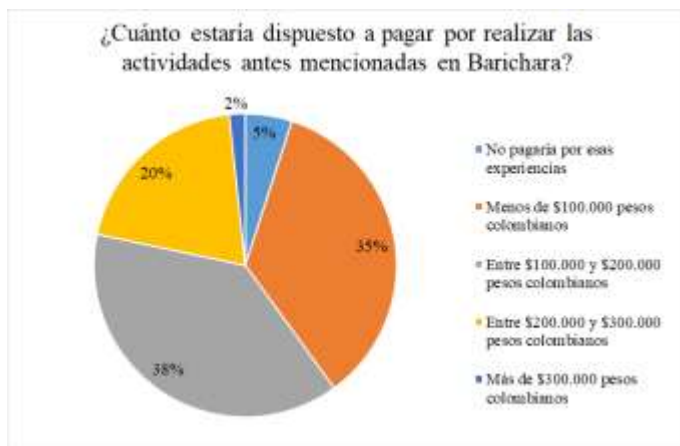


Figura 23. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 38,3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$100.000 y \$200.000 mientras que el 35% mencionó que emplearía menos de \$100.000, seguido por el 20% que destinaría entre \$200.000 y \$300.000. Finalmente, el 5% dió a conocer que no pagaría por esas experiencias y el 1,7% afirmó que invertiría más de \$300.000.

Estas cifras, probablemente, ligadas al estado de ocupación de los encuestados reflejan que hay una necesidad tácita de adaptar el producto turístico a los intereses, preferencias y presupuestos de los interesados puesto que no se debe condicionar la participación de los turistas netamente al ámbito económico. Es necesario que se formulen varias propuestas u opciones de productos turísticos que satisfagan las expectativas y permitan que todos puedan hacer parte de las experiencias propuestas en Barichara.



Figura 24. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 30% de la muestra afirmó que invertiría un día para realizar las actividades, seguido por el 26,7% que mencionó que preferiría invertir dos días mientras que el 25% destinaría más de dos días y el 18,3% medio día.

El hecho de que el 30% de los encuestados haya contestado que invertiría un día para participar en las experiencias propuestas puede atribuirse al hecho de que estas personas

preferirían no pernoctar en Barichara para dedicar más tiempo a otras actividades en zonas geográficas diferentes. En cambio, que el 26,7% de las personas encuestadas haya mencionado que destinaría dos días puede otorgarse al evento de que seleccionaron la posibilidad de realizar dos o más actividades, aumentando su tiempo de estadía en el municipio. A ello se suma que puede haber un marcado interés cultural por parte de algunos encuestados de permanecer en esta localidad durante más tiempo.



Figura 25. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 50% de las personas encuestadas afirmó que emprendería un viaje a Barichara con el único propósito de realizar las actividades ya mencionadas. En cambio, el 50% restante de la muestra estableció, en partes iguales, que tal vez lo haría o que no lo haría.

La respuesta favorable de la mitad de las personas encuestadas muestra que el proyecto en sí mismo posee las condiciones de atractividad suficientes para que personas de todas las edades se interesen por viajar con el único motivo de participar en las experiencias culturales propias del municipio.



Figura 26. Sistematización y análisis de las encuestas. Elaboración propia (2021).

El 75% de los encuestados estableció que en caso de que su propósito de viaje a Barichara fuera otro, incluiría las actividades planteadas en su itinerario de viaje. El 23,3% mencionó que tal vez lo haría y el 1,7% restante dió a conocer que no lo haría.

Estos resultados reflejan que el producto turístico a construir no solo sería el producto principal de la localidad, sino que también podría formar parte de los productos auxiliares, que, aunque no motivan la llegada de turistas, pueden complementar y mejorar la experiencia del usuario.

Análisis general de la totalidad de las gráficas

El 50% de la muestra pertenece al género femenino y el otro 50% forma parte del género masculino, siendo todos clasificados de acuerdo a su edad por lo que resulta en 16,7% cada uno de ellas. 36,7% de las personas encuestadas manifestaron estar empleadas y el 58,3% escuchó de Barichara en alguna ocasión. 91,7% mencionó que les gustaría participar en una experiencia cultural propia del municipio y se mostraron interesados en participar especialmente en los talleres de cocina tradicional, de fotografía, cerámica y de fabricación de papel a partir de fibras naturales con un 22,6%, 18,8%, 12% y 10,5%, respectivamente.

58,3% de las personas encuestadas afirmaron que estarían dispuestos a aportar una suma de dinero a cambio de vivir dichas experiencias, 38,3% dió a conocer que invertiría entre \$100.000 y \$200.000 y el 30% prefirió la opción de dedicar un día de su tiempo para desarrollarlas. Por otra parte, el 50% de los encuestados indicó que emprendería un viaje con el único propósito de participar de dichas actividades y el 75% mencionó que en caso de que su motivo de viaje a Barichara fuera otro, igualmente las incluiría en su itinerario de viaje.

Capítulo III Propuesta de producto turístico creativo para divulgar la tradición artesanal de fabricación de papel de fique

Producto turístico

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo:

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (p. 19).

Por su parte, el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá establece que el producto turístico “es la sumatoria de atractivos turísticos, servicios de la planta turística y accesibilidad en un destino que puestos en un mercado satisfacen necesidades y motivaciones de los turistas.”

A ello, Trauer (citada en Morillo, 2010) añade que el producto turístico “es concebido como un sistema interdisciplinario donde la demanda turística es un elemento importante dentro de un nivel macro en el que confluyen un sistema global, un sistema de oferta y un sistema de demanda.”

El sistema global abarca todos los aspectos políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos que rodean al turismo. Se puede entender como sistema de oferta a aquel conjunto de atractivos o destinos turísticos, agencias de viaje, establecimientos de alojamiento y restauración, transporte y demás instalaciones o servicios útiles para el viajero que pueden llegar a ser determinantes para su motivación y posterior decisión. En cambio, el sistema de demanda turística tiene en cuenta las características propias de los individuos sobre las que se justifica la perspectiva del turista y su posterior elección o predilección de un destino o producto turístico sobre otro.

Importancia.

El producto turístico es un componente que cobra gran relevancia en el proceso de planificación turística de un destino debido a que es aquel que valora sus recursos y atractivos turísticos, incorpora las iniciativas de los prestadores de servicios y representa grandes beneficios para la comunidad local si se diseña y ejecuta de la manera adecuada.

Además, el producto turístico se encarga de añadir valor a los destinos, los pone en el radar del mercado turístico para darlos a conocer, llama la atención de los turistas y aumenta el número de visitantes que llegan motivados por la posibilidad de participar en dicho producto.

Características.

Las características de un producto turístico son: intangibilidad, inseparabilidad, caducidad, heterogeneidad, agregabilidad y simultaneidad de producción y consumo. Ello significa que el producto turístico transmite emociones y expectativas, el servicio no se puede separar del prestador y no se puede almacenar, debe ser consumido de inmediato o de lo contrario, se perderá. Además, cada producto turístico tiene características o atributos diferentes que lo hacen único y es relevante recalcar que primero se compra y luego se consume simultáneamente en el momento en que se produce.

Estructura.

Según lo establece el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), los componentes del producto turístico son: los atractivos y los servicios turísticos, la infraestructura, la comunidad local y la percepción de los turistas sobre la que construyen su propia imagen del destino.

Un atractivo turístico puede ser un lugar, objeto o acontecimiento que sea sujeto de interés turístico. Este componente puede ser de tipo natural o cultural. Los atractivos naturales son aquellos en los que la intervención humana ha sido poca o incluso nula. En cambio, los atractivos culturales pueden ser artificiales o humanos, el primer tipo representa los atractivos contruidos o creados por el ser humano mientras que estos últimos simbolizan expresiones religiosas o culturales relacionadas con las comunidades.

Los servicios turísticos incluyen todas las facilidades y servicios que el turista requiere y consume durante su viaje tales como el alojamiento, alimentación, transporte, guianza turística, entre otros.

La infraestructura abarca los bienes y servicios básicos disponibles en un destino, cuyo uso no fue concebido para uso turístico. Sin embargo, esta facilita los viajes y la estadía de los turistas en el destino. Algunos de los bienes y servicios que contempla la infraestructura, pueden ser: hospitales, redes de servicios públicos, carreteras, redes de comunicaciones, entre otros. Se denomina como comunidad local a los residentes de un municipio o ciudad, especialmente a aquellos que habitan en las áreas circundantes al espacio donde se lleva a cabo el producto turístico. Por lo tanto y debido al alto impacto que este tiene sobre los habitantes, es clave que estos actores sean tenidos en cuenta en el diseño y desarrollo del producto turístico puesto que son ellos quienes le agregan valor y autenticidad al destino.

Por último, la percepción del destino turístico no está relacionada con sus características ni con sus factores diferenciales, esta depende únicamente de las emociones y posteriores sensaciones sobre las que cada turista construye su propia imagen del lugar.

Itinerario del producto turístico

Tabla 15.

Itinerario

Hora	Actividad	Descripción
09:00	Inicio	Encuentro con el guía de turismo en el Parque Principal para iniciar el recorrido por el municipio.
12:00	Fin del recorrido	Desplazamiento hacia el restaurante para tomar el almuerzo.
12:30	Almuerzo	Almuerzo.
13:40	Visita al Taller de Papel	Demostración del proceso de elaboración de una hoja de papel de fique. Tiempo para compras en el Taller.
14:00	Taller de preferencia	Tiempo para desarrollar el taller de preferencia.
17:00 - 17:30	Fin	Fin del paquete turístico.

Nota: Autoría propia.

Costeo del producto turístico

No. de personas	5	10	15	20
Guía de turismo	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000
Costo del guía	\$16.000	\$8.000	\$5.333	\$4.000
Almuerzo	\$17.000	\$17.000	\$17.000	\$17.000
Taller de Papel	\$6.000	\$6.000	\$6.000	\$6.000
Taller personalizado	\$95.000	\$95.000	\$95.000	\$95.000
Tarjeta de asistencia médica	\$2.500	\$2.500	\$2.500	\$2.500
Otros	\$2.000	\$2.000	\$2.000	\$2.000
COSTO POR PERSONA	\$138.500	\$130.500	\$127.833	\$126.500
Margen de ganancia	20%	20%	20%	20%
Valor al público	\$173.125	\$163.125	\$159.792	\$158.125
Utilidad por persona	\$34.625	\$32.625	\$31.958	\$31.625
UTILIDAD TOTAL	\$173.125	\$326.250	\$479.375	\$632.500
IVA	\$32.894	\$30.994	\$30.360	\$30.044
PRECIO DE VENTA	\$206.019	\$194.119	\$190.152	\$188.169
PRECIO DE VENTA FINAL	\$207.000	\$195.000	\$191.000	\$189.000

Figura 27. Costeo del producto turístico. Elaboración propia (2021).

Estrategia de marketing del producto turístico



**SIENTE
VIVE
CREA
BARICHARA**



Incluye

Recorrido guiado por Barichara
Entrada y recorrido por el Taller de Papel
Elaboración de una hoja de papel de fique en el Taller de Papel
Desarrollo del taller de su preferencia*
Almuerzo
Tarjeta de asistencia médica

No incluye

Gastos personales
Servicios no especificados

* Los talleres disponibles por el momento son: acuarela, tejido en telar, fotografía y coto de guesira. Recuerda que solo puede seleccionar uno de ellos.

Figura 28. Estrategia de marketing del producto turístico. Elaboración propia (2021).

Itinerario

9:00 am: Recorrido guiado
12:30 pm: Almuerzo
01:40 pm: Visita al Taller de Papel
02:00 pm: Taller de su preferencia
05:00 pm: Fin de nuestros servicios



Precios

1 a 5 personas: \$207.000 por persona
6 a 10 personas: \$195.000 por persona
11 a 15 personas: \$191.000 por persona
16 a 20 personas: \$189.000 por persona



Contáctanos:
reservas@exytures.com.co
www.exytures.com.co
WhatsApp: 300 622 1931

Figura 29. Estrategia de marketing del producto turístico. Elaboración propia (2021).

Conclusiones

La caracterización del proceso de fabricación del papel de fique evidencia que el proceso artesanal tiene las condiciones de atractividad suficientes para ser integrado en una iniciativa turística que permita la interacción y participación de los viajeros en el marco de una propuesta sostenible con un alto componente de reconocimiento, recreación y valoración cultural, en el desarrollo de los productos con el acompañamiento especializado de los artesanos.

Barichara es un municipio posicionado en el mercado turístico de la zona. Anualmente, hasta esa localidad llegan personas provenientes de diversos lugares del país y pertenecientes a todos los segmentos y nichos de mercado, interesados en realizar variados tipos de actividades. No obstante, los datos obtenidos a través de las encuestas, permiten concluir que el perfil del turista interesado en un producto turístico creativo en Barichara son los excursionistas, hombres y mujeres entre 26 y 45 años que estén empleados o sean independientes.

Se pudo evidenciar que la realización del producto turístico creativo en Barichara es viable ya que se comprobó que los turistas si tienen interés de participar y que, en la mayoría de los casos, ya hay infraestructura disponible para realizar los talleres por lo que no sería necesaria una inversión económica significativa. Además será posible flexibilizar el producto debido a que hay múltiples iniciativas que se espera que sean incluidas cuando se conforme la red que se propone ya que cabe resaltar que el producto presentado en el tercer resultado es reflejo de la situación actual y de las necesidades y características específicas del mercado colombiano, en cabeza de los encuestados como muestra representativa; es por eso que, cuando se retome el turismo receptivo, se debe realizar un análisis exhaustivo para que el producto también sea adaptado a las necesidades y características particulares de los turistas extranjeros.

La información presentada a lo largo del documento refleja que si es posible adoptar y adaptar las propuestas presentadas en el marco de la recuperación del sector. Algunos de los beneficios que se podrían obtener a través del desarrollo de este proyecto son: la rápida recuperación del sector, especialmente en el municipio si se adopta la propuesta presentada; el aumento en el número de iniciativas que quieran hacer parte de la red municipal, el aumento en la cifra de llegada de visitantes nacionales interesados en dicha propuesta de valor, más puestos de trabajo que contribuirían con la disminución del índice de desempleo del municipio y la protección y divulgación de las tradiciones y oficios antes de que desaparezcan en la memoria de las personas que se dedican a ellos.

La investigación realizada corrobora que las labores artesanales tienen en sí mismas el potencial turístico necesario para que en torno a ellas sean desarrollados proyectos turísticos y de conservación cultural en todo el mundo, especialmente, si se toman en cuenta todas las

posibilidades y beneficios que se obtienen al optar por el turismo creativo, como ya se ha mencionado, no solo a nivel económico sino también a nivel cultural y ambiental.

Referencias

- Alcaldía de Barichara. (2018). Mapa político. Barichara, Santander, Colombia.
- Altamirano, V., Túñez, M., Marín, I. (2018). Turista 2.0, comportamiento y uso de los medios sociales. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (137). Recuperado de: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3513>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2018). ACNUR. Recuperado de https://eacnur.org/blog/ventajas-y-caracteristicas-del-cooperativismo-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/
- Ardila, B. (s.f.). Y ahora, ¿quién podrá ayudarlos? Fique, cultura en extinción. Recuperado de: <https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=ab21f5520f71431284e177cb62201aa4>
- Artesanías de Colombia S.A. (2010). Artesanías de Colombia. Recuperado de: <https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>
- Artesanías de Colombia S.A. (s.f.). Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/fique_190
- Bonetto, M. (2016). Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación social. Recuperado de <http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/151>
- Cánoves G., Villarino, M., y Herrera, L. (2006). Políticas Públicas, Turismo Rural y Sostenibilidad: Dificil Equilibrio. Dialnet, (41). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1958916>
- Casal, J, y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. Epidem, 3-7.
- Cegarra, J. (2012). Los métodos de investigación. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/62637?page=14>.
- Constitución Política de Colombia. (1991). Artículo 72 [Título II] [Enmendado]. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr002.html
- del Castillo, C. C. y Olivares, S. (2014). Metodología de la investigación. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uniagustiniana/39410?page=122>
- Danel, O. (2015). Metodología de la Investigación. Población y muestra. [Diapositiva de Power Point]. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/283486298_Metodologia_de_la_investigacion_Poblacion_y_muestra

- Definiciones de Turismo de la OMT. (2019). Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858#:~:text=Un%20producto%20tur%C3%ADstico%20es%20una,del%20plan%20de%20marketing%20de>
- Díaz, V. y Castro, F. (2017). El Turismo Emocional Creativo: La Ciudad como Taller Inclusivo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3 (1). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975093>
- Flick, U. (2013). *Introducción a la investigación cualitativa* (3a. ed.). Madrid, Spain: Ediciones Morata, S. L. Recuperado de <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/51798?page=21>
- Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (2008). *Manual para el diseño de paquetes turísticos [e-book]*. Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/MANUAL_DISENO_DE_PAQUETES_TURISTICOS.pdf
- Jelincic, D. y Zuvela, A. (2012). ¿Qué entendemos por Turismo Creativo?. *Creative Tourism Network*. Recuperado de: <http://www.creativetourismnetwork.org/about/?lang=es>
- Marcos, M. (1993). *La Fabricación Artesanal de Papel en Castilla - La Mancha*. (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis//19911996/H/0/H0015501.pdf>
- Martorell, A. (2017). Patrimonio cultural, desarrollo sostenible y turismo. *Turismo y Patrimonio, volumen* (7). Recuperado de: <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/62>
- Mazarrasa, K. (2016). *Dialnet*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665941>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020). *Política de Turismo Sostenible*. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Cultura (2007). *Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Recuperado de: <https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>
- Molina, S. (2016). Turismo creativo. *Turismo: Estudios & Prácticas (RTEP/UERN)*, 5(1). Recuperado de: http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/2981/Molina_Turismo_Creativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Visión Gerencial*, 1. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Nárvaez, M., Fernández, G. y Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: Una propuesta estratégica. *Opción*, 27(57). Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000300006
- Navarro, S. (2015). La Artesanía como industria cultural: Desafíos y oportunidades. Recuperado de: https://www.academia.edu/37214849/LA_ARTESAN%C3%8DA_COMO_INDUSTRIA_CULTURAL_DESAF%C3%8DOS_Y_OPORTUNIDADES
- Nieto, A. (2016). La plaza de mercado como lugar de hibridación entre el turismo y la cultura. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Varón, *Patrimonio cultural inmaterial: recreación y salvaguardia en la plaza de mercado* (pp. 79-120). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2016). Paisaje natural y paisaje campesino: una propuesta de gestión ecoturística en el Parque Nacional Sumapaz. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Husain-Talero, *Sociedades locales y turismo: ¿una relación sostenible?* (pp. 67-115). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? UNESCO. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010). Políticas para la creatividad [Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas]. Recuperado de: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). El turismo cultural y creativo hoy. UNESCO. Recuperado de: <https://es.unesco.org/news/turismo-cultural-y-creativo-hoy>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f). Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ovalles, M. (2017). Nuevas formas de viajar: el Turismo Creativo (Trabajo de Grado, Universidad de La Laguna). Recuperado de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/5958/Nuevas%20formas%20de%20viajar%20%22El%20turismo%20creativo%22..pdf?sequence=1>

- Padua, J. (2018). Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México, D.F, FCE - Fondo de Cultura Económica. Recuperado de <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/110593?page=7>
- Pallares, Z. (2003). Asociatividad empresarial [e-book]. Recuperado de: <https://es.scribd.com/book/503157211/Asociatividad-Empresarial>
- Packer, M. J. Cera Alonso y Parada, C. D. L. (Trad.) y Torres Londoño, P. (Trad.) (2018). La ciencia de la investigación cualitativa. Bogotá, Universidad de los Andes. Recuperado de <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/118338?page=50>
- Quispe, A. (2014). El uso de la encuesta en las ciencias sociales. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/62860?page=12>
- Rivas, J. (2006). Planificación Turística [e-book]. Recuperado de: <https://elibro.net/en/ereader/uniagustiniana/60273>
- Rivera, C. y Labrador, O. (2013). Bases Teóricas y Metodológicas de la Cooperación y el Cooperativismo. *Revista Cooperativismo y Desarrollo, volumen (1)*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5233964>
- Rodríguez, J. (2014). Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5654062>
- Romero, M. (2014). Productos, servicios y destinos turísticos [e-book]. Recuperado de: <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/38630/titlepage.html/-?1620064178603>
- Salgado, J. (2010). Observación. Recuperado de <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>

Anexos

Cuestionario

¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

¿Cuál es su edad?

Entre 15 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Entre 46 y 55 años

Entre 56 y 65 años

Más de 66 años

¿Cuál es su ocupación actual?

Estudiante

Empleado

Desempleado

Independiente

Pensionado

¿Usted ha escuchado hablar de Barichara o ha ido alguna vez?

Si he escuchado

Si he ido

Si he escuchado y he ido

No he escuchado

No he ido

No he escuchado ni he ido

¿A usted le gustaría ser partícipe de una experiencia cultural propia de Barichara?

Si

No

Tal vez

¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en Barichara?

Taller de fabricación de papel a partir de fibras naturales

Taller de cocina tradicional

Taller de acuarela

Taller de cerámica

Taller de fotografía

Cata de ginebra

Taller de tejido en telar

Taller de construcción con materiales de la región conocido como Tapia Pisada

Ninguna de las anteriores

¿Estaría interesado en participar en los talleres mencionados en la pregunta anterior?

Si

No

Tal vez

¿Estaría dispuesto a aportar una suma de dinero a cambio de vivir las experiencias ya mencionadas en Barichara?

Si

No

Tal vez

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar las actividades antes mencionadas en Barichara?

No pagaría por esas experiencias

Menos de \$100.000 pesos colombianos

Entre \$100.000 y \$200.000 pesos colombianos

Entre \$200.000 y \$300.000 pesos colombianos

Más de \$300.000 pesos colombianos

¿Cuánto tiempo invertiría en realizar dichas actividades en Barichara?

Medio día

Un día

Dos días

Más de dos días

¿Usted emprendería un viaje a Barichara con el único propósito de realizar dichas actividades?

Si

No

Tal vez

Si su propósito de viaje fuera otro, ¿incluiría estas actividades en su itinerario de viaje?

Si

No

Tal vez