

Propuesta pedagógica que contribuya con la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro histórico de La Candelaria

Brenda Natalia Amaya Arteaga

Daniela Stefanía León Martínez

Estefany Farfán Caballero

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2020

Propuesta pedagógica que contribuya con la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro histórico de La Candelaria

Brenda Natalia Amaya Arteaga

Daniela Stefanía León Martínez

Estefany Farfán Caballero

Director

Mauricio Javier León Cárdenas

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.

2020

Dedico este trabajo de investigación a mis padres quienes siempre me apoyaron incondicionalmente en el proceso de mi carrera profesional, anhelando siempre lo mejor para mi vida, a mis mascotas quienes son mi compañía constante y a mis compañeras Daniela y Estefany las cuales fueron primordiales para realizar este trabajo.

Brenda Amaya.

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el autor de todas las cosas y darme la fuerza para alcanzar este logro tan importante. También dedico este proyecto a mis padres quienes me han apoyado en todo momento y me han brindado su ayuda incondicional. De igual manera a mis compañeras de tesis Brenda y Daniela, quienes, con su compromiso, apoyo y dedicación, he podido construir este proyecto.

Estefany Farfán.

Dedico este proyecto de investigación en primer lugar a mis padres quienes han sido parte vital en mi vida y me ha hecho la persona que soy hoy; sin su apoyo no estaría luchando por mis sueños. En segundo lugar, a mis amigas y compañeras de tesis Estefany y Brenda ya que fue un privilegio trabajar con ellas en este proyecto.

Daniela León.

Agradecimientos

A Dios, por brindarme sabiduría y permitirme realizar mis estudios, a mi familia por el apoyo y a los profesores que hicieron parte de este proceso, principalmente el docente Mauricio León quién apoyó el desarrollo de este proyecto de investigación.

Brenda Amaya.

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza necesaria para continuar en este proceso de formación y alcanzar esta meta tan importante. De igual manera agradezco a mis padres, quienes a partir de sus grandes esfuerzos me han brindado la posibilidad de formarme y permitir estar más cerca de mis sueños. También agradezco de manera muy especial a mis compañeras de tesis, quienes me han acompañado y apoyado en todo este proceso académico y de quienes he aprendido diariamente. Agradezco de igual forma al docente Mauricio León por su acompañamiento en este proyecto, donde nos brindó la orientación necesaria para llevar a cabo el mismo.

Estefany Farfán.

Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, gracias a mis padres por apoyarme en todo momento y darme la oportunidad de estudiar esta carrera. Al docente Mauricio León, porque compartió su sabiduría con nosotras en cada camino, para poder culminar con éxito este proyecto. Y por último a la comunidad de la Candelaria por su disposición y aportes brindados para el desarrollo de esta investigación.

Daniela León

Resumen

La presente investigación “Propuesta pedagógica que contribuya con la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro histórico de La Candelaria”, tiene como propósito mostrar el nivel de apropiación de los elementos que involucran la cultura turística por parte de los prestadores que desarrollan la actividad turística. La investigación identifica el grado de conocimiento orientado a los servicios, reconocimiento de los elementos culturales que representan la Candelaria y como estos inciden en el desarrollo del turismo. De igual forma, se describen las actitudes y comportamientos de los actores involucrados en la actividad frente a las necesidades y requerimientos de los turistas que solicitan algún tipo de ayuda; se analiza cómo estos factores pueden influir positiva o negativamente en el destino. Asimismo, se expone la percepción de los turistas respecto de cultura turística de la comunidad receptora en el Centro histórico de la Candelaria.

Para el desarrollo de la misma, se utilizaron dos metodologías; en primer lugar, el método exploratorio permitió recolectar la información pertinente para sustentar el objetivo de la investigación donde los resultados reflejan que se identifican dentro de los actores algunas debilidades con respecto a algunos conocimientos y más específicamente la cultura turística. Por otro lado, el método propositivo por el cual se estructuró la propuesta que involucra los lineamientos para la mejora del nivel de apropiación por parte de los prestadores de servicios turísticos con base en el análisis de los resultados previos.

Palabras clave: Cultura turística, comunidad receptora, prestación de servicios, apropiación, vocación de servicio, cultura.

Abstract

The present investigation "Pedagogical proposal that contributes to the appropriation of tourist culture by tourist service providers in the historic center of La Candelaria ", aims to show the level of appropriation of the elements that involving tourist culture by the providers that develop the tourist activity. The research identifies the degree of knowledge oriented to services, recognition of the cultural elements that Candelaria represents and how these affect the development of tourism. Likewise, the attitudes and behaviors of the actors involved in the activity are described in relation to the needs and requirements of tourists who request some kind of help; It is discusses how these factors can positively or negatively influence tourist destination. It also exposes the perception of tourists regarding the tourist culture of the host community in the Historic Center of La Candelaria is exposed.

For the development of this project, two methodologies were used; first, the exploratory method allowed to collect relevant information to support the objective of the research, where the results reflect that some weaknesses are identified within the actors with respect to some knowledge and more specifically the tourist culture. On the other hand, the propositive method by which the proposal was structured, which involves the guidelines for improving the level of appropriation by tourism service providers was structured based on the analysis of previous results.

Keywords: Tourist culture, host community, service provision, appropriation, service vocation, culture.

Tabla de contenidos

Introducción.....	16
1. Planteamiento del problema.....	19
1.1 Pregunta problema.....	21
2. Justificación.....	22
3. Objetivos.....	24
3.1 Objetivo general.....	24
3.2 Objetivos específicos.....	24
4. Metodología.....	25
4.1 Enfoque.....	25
4.2 Método.....	25
4.3 Técnicas.....	26
4.3.1 Entrevista.....	27
4.3.2 Encuesta.....	27
4.3.4 Información primaria.....	27
4.3.5 Información secundaria.....	27
4.3.6 Modelo propositivo.....	27
4.4 Instrumentos.....	27
4.4.1 Cuestionario semiestructurado.....	28
4.4.2 Cuestionario estructurado.....	28
4.4.3 Encuesta.....	28
4.4.4 Documento contentivo.....	28
4.5 Población.....	28
4.6 Muestra.....	28
5. Marco teórico.....	30
6. Marco geográfico e histórico.....	36
6.1 Información general.....	36
6.2 Historia.....	36
6.3 Límites.....	38
6.4 División administrativa.....	38
6.5 Actividades económicas.....	38

7. Marco legal.....	39
7.1 Código ético mundial del turismo	39
7.1.1 Artículo 4.....	39
7.1.2 Artículo 5.....	39
7.1.3 Artículo 6.....	39
7.2 Constitución política de 1991	39
7.2.1 Artículo 52.....	39
7.3 Ley 300 de 1996	39
7.3.1 Artículo 1.....	39
7.3.2 Artículo 69.....	40
7.4 Ley 1185 de 2008	40
7.4.1 Artículo 11.....	40
7.5 Normas técnicas sectoriales.....	40
7.5.1 NTS-GT-014. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza en una segunda lengua.	40
7.5.2 NTS-GT-012. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza turística.....	40
7.6 Plan sectorial de turismo (2018-2022)	40
7.7 Acuerdo 10 de 1980.....	41
7.8 Acuerdo 257 de 30 de noviembre de 2006	41
8. Marco conceptual	42
8.1 Cultura turística	42
8.2 Patrimonio cultural	42
8.3 Aculturación	42
8.4 Transculturación.....	42
8.5 Comunidad receptora.....	43
8.6 Pedagogía	43
8.7 Propuesta pedagógica	43
8.8 Mediadores pedagógicos	43
8.9 Didáctica.....	44
8.10 Educación turística	44

8.11	Concientización	44
8.12	Desarrollo turístico	44
8.13	Competencias	45
8.14	Servucción	45
9.	Capítulo I - Nivel de apropiación de cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro Histórico de la Candelaria.....	46
9.1	Reconocimiento de la cultura turística y apropiación por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro Histórico de la Candelaria.....	46
9.1.1	Concepto de los prestadores de servicios turísticos frente a la cultura turística.	46
9.1.2	La intervención de la comunidad local en el desarrollo de la actividad turística.	48
9.1.3	Reconocimiento del patrimonio y atractivos turísticos del Centro histórico de La Candelaria.	49
9.1.4	Aspecto que se consideran importantes dentro de la prestación de los servicios turísticos en el Centro histórico de la Candelaria.....	51
9.1.5	Afectación en la actividad turística por parte de factores ajenos a los prestadores de servicios.....	53
9.1.6	Procesos de capacitación para la evolución y mejoramiento de la actividad.	54
9.2	Análisis PEST.....	55
9.2.1	Aspectos políticos.....	55
9.2.2	Aspectos tecnológicos.	56
9.2.3	Aspectos sociales.....	57
9.2.4	Económico.....	58
9.3	Matriz DOFA.....	58
9.4	Matriz FODA.....	62
9.4.1	Fortalezas.....	62
9.4.2	Oportunidades.....	63
9.4.3	Debilidades.....	64
9.4.4	Amenazas.....	65
9.4.5	Estrategias FO.....	65

9.4.6 Estrategias FA.	66
9.4.6 Estrategias FA.	66
9.4.7 Estrategias DO.	67
9.4.8 Estrategias DA.	67
10. Capítulo II - Percepción de los turistas con respecto a la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.	69
10.1 Análisis de encuestas.	73
10.2 Matriz MEFI-MEFE.	85
10.2.1 Gráfica matriz MEFI-MEFI.	88
11. Capítulo III - Desarrollar lineamientos que orienten a los prestadores de servicios turísticos en el proceso de apropiación de la cultura turística para el desarrollo de la actividad en la Candelaria.	89
11.1 Título de la propuesta.	89
11.2 Descripción.	89
11.3 Objetivo.	90
11.4 Contenidos y temario.	90
11.4.1 Conocimientos.	91
11.4.2 Valores y actitudes.	92
11.4.3 Amabilidad y comunicación.	93
11.4.4 Servicio.	94
11.4.5 Conocimiento de la localidad.	95
11.4.6 Conservación del patrimonio.	96
11.4.7 Ética.	97
11.4.8 Actitud amable y abierta hacia el turista.	98
11.5 Metodología.	98
11.5.1 Taller.	99
11.5.2 Análisis de caso.	99
11.6 Organización y distribución en el tiempo.	109
11.7 Beneficiarios.	111
11.8 Financiación de la propuesta.	111
Conclusiones.	112

Recomendaciones	113
Anexos	114
Referencias	117

Lista de tablas

Tabla 1. Técnicas e instrumentos según el objeto específico.....	26
Tabla 2. Evaluación de oportunidades y amenazas.....	59
Tabla 3. Evaluación de fortalezas y debilidades.	60
Tabla 4. Ayuda a los turistas por parte de la comunidad local.....	73
Tabla 5. Actitud de los actores al momento de brindar ayuda.	74
Tabla 6. Actores a los que se solicita ayuda en el Centro Histórico de la Candelaria.	75
Tabla 7. Hospitalidad en los prestadores de servicios turísticos.	76
Tabla 8. Temas sobre los que se solicita ayuda por parte de los turistas.	76
Tabla 9. Vocación de servicio de los actores involucrados en la actividad turística en la Candelaria.....	77
Tabla 10. Manejo de información respecto a temas turísticos por parte de los prestadores de servicios en el Centro Histórico de la Candelaria.	78
Tabla 11. Capacidad de los prestadores de servicios a la hora de orientar al turista.	79
Tabla 12 Definición de cultura por parte de los turistas.	80
Tabla 13. Definición de cultura turística por parte de los turistas que visitan el Centro Histórico de la Candelaria.	81
Tabla 14. Reconocimiento de cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y comunidad local por parte de los turistas.	82
Tabla 15. Percepción de la seguridad en el destino por parte de los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria.	83
Tabla 16. Accesibilidad en el Centro Histórico de la Candelaria.	84
Tabla 17. Matriz EFI (Evaluación de factores internos).....	86
Tabla 18. Matriz EFE (Evaluación de factores externos)	87
Tabla 19. Resultados matrices MEFI-MEFE	88
Tabla 20. Conocimientos importantes acerca del destino.	91
Tabla 21. Tipos de valores.	92
Tabla 22. Matriz FODA.	100
Tabla 23. Formato evaluación para prestadores de servicios turísticos.	107
Tabla 24. Acciones para identificar cumplimiento de competencias.....	107
Tabla 25. Organización y distribución del tiempo.	109

Tabla 26. Cronograma de actividades 110

Tabla 27. Diagrama de control de actividades 110

Lista de figuras

Figura 1. Mapa de la Candelaria	36
Figura 2. Definición de cultura turística por parte de prestadores de servicios turísticos....	46
Figura 3. Aceptación de la cultura turística por parte de la comunidad local	48
Figura 4. Conocimiento de la noción de patrimonio por parte de los prestadores de servicios turísticos	49
Figura 5. Aspectos importantes en la prestación de servicios turísticos	51
Figura 6. Afectación a la actividad turística.....	53
Figura 7. Participación activa en capacitaciones por parte de los prestadores de servicios turísticos	54
Figura 8. Total, turistas en Bogotá	69
Figura 9. Alojamiento turistas internacionales.....	70
Figura 10. Alojamiento turistas nacionales.	70
Figura 11. Motivo de viaje turistas internacionales	71
Figura 12. Motivo de viaje turistas nacionales.....	72
Figura 13. Volvería a Bogotá	72
Figura 14. Recibimiento de ayuda a turistas por parte de la comunidad local.....	73
Figura 15. Actitud de los actores de la localidad de la Candelaria al momento de brindar información a los turistas	74
Figura 16. Actores a los que se solicita ayuda en el Centro Histórico de la Candelaria	75
Figura 17. Hospitalidad en los prestadores de servicios turísticos.....	76
Figura 18. Temas sobre los que se solicita ayuda por parte de los turistas	77
Figura 19. Vocación de servicio de los actores involucrados en la actividad turística en la Candelaria.....	78
Figura 20. Manejo de información respecto a temas turísticos por parte de los prestadores de servicios en el Centro Histórico de la Candelaria	79
Figura 21. Capacidad de los prestadores de servicios a la hora de orientar al turista	80
Figura 22. Definición de cultura por parte de los turistas	81
Figura 23. Definición de cultura turística por parte de los turistas que visitan el Centro Histórico de la Candelaria.....	82

Figura 24. Reconocimiento de cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y comunidad local por parte de los turistas	83
Figura 25. Percepción de la seguridad en el destino por parte de los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria	84
Figura 26. Accesibilidad en el Centro Histórico de la Candelaria	85
Figura 27. Gráficas matrices MEFI-MEFE.....	88
Figura 28. Código ético mundial para el turismo.....	98
Figura 29. Guion turístico Ruta Candelaria	103
Figura 30. Plan especial de manejo y protección Centro histórico de Bogotá.....	104
Figura 31. Ruta la Candelaria.....	104
Figura 32. Bogotá destino turístico accesible.....	105
Figura 33. Enfoques y estrategias de cultura ciudadana en Bogotá D.C. impulsadas por la administración distrital en los últimos 20 años	105

Introducción

El Centro histórico de la Candelaria a lo largo del tiempo se ha convertido en un referente turístico para la ciudad, experimentando una evolución exponencial de la actividad turística; cabe resaltar su impacto sobre los diferentes sectores que soportan la localidad, demostrando así que el turismo es una actividad multisectorial que requiere del esfuerzo conjunto de los diversos actores turísticos que intervienen en él. Uno de ellos es la comunidad receptora, quienes han visto esta actividad como un factor para el desarrollo económico, por lo tanto, con la significancia que tiene el turismo en esta localidad estos actores deben fomentar un conjunto de conocimientos y valores que junto con las actitudes y valores propios para favorecer y promover el desarrollo del turismo dando paso al tema central de la investigación, la cultura turística, dado que juega un papel importante dentro de la prestación de servicios turísticos; es por ello que lo más pertinente es que los actores que intervienen en la actividad requieran de capacitación turística y vocación de servicio para ser promotores del turismo y del destino propiamente para mantener esta actividad y fortalecer todos los aspectos que la componen.

La apropiación por parte de los actores que representan la localidad, le permite ofrecer servicios que serán satisfactorios para los turistas ya que hoy en día estos buscan vivir el turismo de forma experiencial. Se pretende por lo tanto con este proyecto, proponer lineamientos que fortalezcan las capacidades de reconocimiento cultural y sentido de pertenencia hacia el destino por parte de los prestadores de servicios turísticos en la localidad de la Candelaria. La diversidad cultural de esta parte de la ciudad, representa un aspecto importante en el crecimiento cultural y es la base en la construcción de productos turísticos, por consiguiente, para lograr que el destino se posicione, se deben presentar lineamientos que contribuyan con la apropiación del destino por parte de los prestadores de servicios para prestar servicios de calidad; donde la cultura turística se convierta en un valor agregado que le dé mayor significancia y reconocimiento al destino.

Para soportar el objetivo central de la investigación, se tiene en cuenta el reconocimiento por parte de los pobladores locales y los turistas en lo que respecta a acciones, actitudes y conocimientos al momento de prestar un servicio turístico, esto con el fin de distinguir cuales factores son relevantes para el desarrollo de una propuesta pedagógica que refuerce todas estas capacidades involucrando el reconocimiento de la riqueza cultural.

Los beneficios de implementar la cultura turística en la prestación de los servicios turísticos dan vía a enriquecer la relación existente entre los actores que se involucran en el turismo, yendo desde la comunidad local, hasta los turistas tanto nacionales como internacionales. Una mejora en el proceso de apropiación por parte de los prestadores de servicios turísticos permitirá a los turistas un aumento en el deseo de visitar el destino trayendo consigo beneficios de carácter económico no solo en la parte orientada al aumento de ingresos sino como generador de empleos directos e indirectos beneficiando a su vez el entorno turístico permitiendo la conservación del patrimonio cultural para las generaciones actuales y futuras; para el aprovechamiento adecuado de este, se hace necesario la integración de otros recursos como lo son los servicios complementarios y señalización turística que complementan la actividad; garantizando el desarrollo de la actividad, convirtiéndose esta en una cadena de beneficios donde disminuyan los impactos negativos y aumente el aprovechamiento de la cultura propia del lugar. El contar con cultura turística:

Trae consigo la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que permitirá atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes. Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sustentabilidad para las comunidades (Meléndez, 2013, p. 5).

Dentro del proyecto de investigación los prestadores de servicios turísticos son el foco principal del mismo, ya que son estos los que tienen mayor contacto e influyen en la experiencia que tiene el turista que visita el Centro histórico de la Candelaria. Para el logro de los objetivos propuestos el tipo de investigación en el que se basó es la investigación exploratoria, con el fin de resaltar la importancia que tiene la cultura turística para el desarrollo óptimo de la actividad turística ya que hoy día se le está dando mayor importancia a este aspecto en el país, por lo cual es pertinente proponer estrategias que permitan a los actores involucrados en el turismo una adopción adecuada del mismo para el desarrollo de su actividad. En el documento se consignan los diferentes marcos que buscan ofrecer una conceptualización acerca del destino y su posición frente al proceso de apropiación, dentro de los mismos se incluyen el planteamiento del problema, los objetivos y las razones para llevar a cabo la investigación.

La investigación se distribuye en tres capítulos, en el **capítulo I** se recolecta información por parte de los prestadores turísticos por medio de entrevistas, donde se abordan los

elementos de apropiación de la cultura turística dentro del ejercicio de su actividad, esto con el fin de identificar el reconocimiento de los actores involucrados en la actividad turística con respecto a la apropiación por los elementos culturales que representan el Centro Histórico de la Candelaria. Se realiza a partir de la investigación previa un diagnóstico que lleva a la realización del análisis PEST que identifica los factores del entorno general que afectan el destino y, por otro lado, el desarrollo de la matriz de identificación de factores internos y externos (DOFA) que se relacionan con el objeto central de investigación ya que en este se plantean los factores que impactan el destino. En el **capítulo II**, se busca conocer la percepción de los turistas frente a la apropiación de los prestadores de servicios frente al destino ya que esto son los principales beneficiarios de los servicios ofrecidos en la localidad. La información recolectada surgió por medio de la aplicación de encuestas, para de esta forma, evaluar la relación que surge entre los actores que se involucran dentro de la actividad. A partir de ello se elabora una matriz MEFI-MEFE la cual indica la posición en que se encuentra la localidad frente a unos factores establecidos orientados al conocimiento, vocación de servicio y respaldo de la comunidad receptora hacia los turistas. En el **capítulo III**, se sugieren lineamientos a seguir recopilados en una propuesta pedagógica, los cuales están enfocados en promover la cultura turística dentro de los prestadores de servicios. En esta se establecen algunos materiales como recursos para su ejecución, los beneficiados, los objetivos y los tiempos en los que se estipula puede ser puesta en marcha la propuesta, todo con el fin de apoyar los actuales procesos de apropiación que se tienen en la localidad. La propuesta pedagógica ha sido diseñada para todos los interesados (prestadores de servicios turísticos), con el propósito de que los mismos, se beneficien de esta propuesta y adquieran conocimientos amplios de la localidad, esto favoreciendo a su vez la apropiación hacia la misma.

1. Planteamiento del problema

La Candelaria siendo reconocida como el Centro histórico de Bogotá con alto potencial turístico dentro de la ciudad carece de acciones que fomenten la cultura turística en el proceso de realización de la actividad en el sector ya que se presenta una falta de conciencia acerca de la importancia del turismo, no solo como una actividad económica sino como una actividad que repercute de manera positiva en los residentes locales.

Se identifican factores claves referentes a la posición actual de la cultura turística dentro del territorio, por un lado la percepción y actitud que se tiene acerca de los procesos que se llevan a cabo dentro del sector turístico están subestimados; esto se debe a la poca importancia que se le ha dado, debido a que en algunos espacios de la localidad se toma de manera empírica y no se ve la necesidad involucrarse en un proceso de aprendizaje que a su vez logre revalorizar la actividad, cabe destacar que la participación de la comunidad fortalece la actividad y la explotación positiva del destino. Por otro lado, se puede evidenciar que los habitantes que mantienen una constante interacción con los turistas ya sea por su actividad o lugar de residencia; presentando dificultades a la hora de establecer relaciones y desarrollar habilidades interpersonales con los visitantes; ya que no se cuenta con una capacitación continua en donde se incurra en la pedagogía de saberes y actitud de servicio, que cumpla con el propósito de atender a las necesidades de los turistas.

Esta situación se manifiesta a partir de la inconformidad que se evidencia por parte de los turistas al no encontrar una ciudad amigable y dispuesta para ellos; se percibe desde la indiferencia que reciben los mismos por parte de los habitantes que normalmente transitan por La Candelaria; de acuerdo en la Política Distrital de Turismo, Monroy (2008) destaca otra de las situaciones que conllevan a una imagen negativa es el descuido en materia de puntos y vallas de información turística, debido a que en muchos casos estos están en mal estado y los visitantes no pueden utilizar estos medios (p. 15); esto afecta de manera directa el desarrollo óptimo de la actividad puesto que se limitan las herramientas dispuestas para los turistas. Otro factor que influye es el alto índice de inseguridad que se presenta en el sector, dado que las personas que deciden visitar el lugar pueden ser víctimas de la delincuencia, lo cual hará que quizás no deseen regresar, generando opiniones negativas sobre el destino en cuestión.

En consideración a lo anterior, la falta de conciencia turística trae consigo factores negativos que involucran directamente la actividad. Esta problemática se ha visto reflejada en la relación turista–comunidad local mostrándose como un obstáculo para el desarrollo dentro del destino que a su vez dificulta la transmisión de cultura que ofrece el mismo; estas consecuencias nacen debido a la falta de apropiación del destino y aún más en la poca conciencia turística que se tiene por parte de los prestadores de servicios turísticos, dentro de este aspecto, se ve reflejada a su vez la falta de participación de los habitantes de La Candelaria quienes no reconocen la importancia de ser anfitriones de ciudad, ni involucrarse en la búsqueda de mejores condiciones para la mejora de la actividad turística. Todos estos factores traen consigo consecuencias que sitúan la cultura turística en un segundo plano donde no se reconoce como una realidad que se puede utilizar de manera estratégica para generar impacto en el desarrollo del destino. Cabe resaltar que para el desarrollo de un proceso de apropiación se requiere de la participación conjunta de las partes involucradas (prestadores de servicios turísticos y la comunidad local) reconociendo la importancia y valor de la cultura turística junto con la capacidad de apropiarse del entorno en el que están desarrollando su labor.

En un futuro, el no situar a la cultura turística como pilar dentro del desarrollo de La Candelaria podría disminuir la calidad y el deseo de conocer este destino, a su vez podría representar en un futuro cercano afectaciones en la economía del sector; ya que como se sabe La Candelaria es un sector comercial apoyado por la industria hotelera y turística. Por consiguiente, es necesario que no solo los prestadores se involucren en la actividad, sino que exista una participación activa de la comunidad anfitriona, es por esto que, si no se logra una unión de los actores involucrados, se generaran desacuerdos, afectando el crecimiento económico y patrimonial de la zona. La relación entre estos dos actores se puede ver reflejada en el sentido de que los prestadores de servicios turísticos promuevan el acercamiento entre la comunidad y los turistas en caso de que en un momento determinado exista una ausencia o falta de un profesional.

Meléndez (2013) resalta que los turistas tanto de carácter internacional como nacional tienen grandes expectativas en cuanto a los destinos que visitan y sus necesidades cada vez exigen mayores estándares de calidad (pp. 2-3). Por lo tanto, La Candelaria debe posicionarse como un lugar el cual se constituya no solo por poseer muchos atractivos, sino también por

las experiencias que los profesionales en el sector puedan brindar. Si esto no se forja como uno de los objetivos principales, La Candelaria se convertirá en un lugar poco admirable, es decir, no generará un vínculo positivo y agradable para quienes lo visitan.

1.1 Pregunta problema

¿Cómo elaborar una propuesta pedagógica que contribuya con la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el centro histórico de la Candelaria?

2. Justificación

Se debe tener presente que aquellas comunidades dentro de las cuales se incentiva a desarrollar una cultura turística y una buena organización del destino generan no solo beneficios económicos, sino que se acarrearán a su vez beneficios sociales. El turismo se ha convertido en una actividad predominante en muchos lugares, por lo tanto, es importante obtener una identidad turística como comunidad que permita la constante evolución del mismo buscando siempre integrar procesos de calidad en donde los turistas, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad receptora salgan beneficiados, proporcionando experiencias agradables al turista y el mejoramiento de la calidad de vida de quienes participan en el desarrollo de la actividad turística.

Se pretende analizar cómo se integra la cultura turística en el Centro Histórico de Bogotá (La Candelaria), y como esta interfiere en el desarrollo de la actividad turística y aún más importante, cuál es su incidencia en la satisfacción del cliente. Se busca fortalecer la cultura turística porque es un factor determinante para incentivar al mejoramiento de los servicios, otorgando a la vez, un beneficio para los involucrados en la actividad y en el destino en general. En el sector de La Candelaria no se le ha dado la importancia correspondiente a este factor, dado que la actividad turística se ve como un componente muy ajeno, que solo trae beneficios económicos.

Uno de los elementos que intervienen aquí, es la falta de conciencia sobre el concepto que se tiene sobre la actividad y la conservación del patrimonio material e inmaterial que caracteriza el sector; dado que este podría ser explotado de una manera óptima si se ve apoyado por la cultura turística de los prestadores de servicios y la comunidad receptora. Así, el presente trabajo mostrará como el turismo necesita de factores tales como el sentido de pertenencia, concientización, disposición de servicio y participación de la comunidad receptora; que promuevan la calidad sobre los servicios con los que cuenta la localidad de La Candelaria, para que de esta manera el destino sea competitivo y sustentable con el paso del tiempo.

Un factor importante para garantizar el éxito de la actividad en el destino es incentivar a la comunidad a ser parte de la actividad turística mostrando que el desarrollo del turismo no solo está en manos de los profesionales y trabajadores del sector, sino que en gran mayoría la satisfacción del visitante depende de la experiencia que le brinde la comunidad en general,

para que así, se establezca un sistema dentro del cual ambas partes puedan apropiarse y reconocer el destino como un lugar potencial para su mismo desarrollo como sociedad.

La comunidad receptora, junto con los trabajadores del sector serán un pilar importante en el desarrollo de este proceso, dado que si estos actores se asocian al momento de implementar estrategias para la mejora de la actividad; esto no solo traerá consigo consecuencias positivas para los primeros, sino que beneficiará a su vez a los turistas nacionales e internacionales, dando como resultado que la imagen de la ciudad sea positiva y que muchas más personas quieran conocerla.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta pedagógica que contribuya con la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el centro histórico de la Candelaria.

3.2 Objetivos específicos

- 1.** Establecer el nivel de apropiación de cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- 2.** Establecer la percepción de los turistas con respecto a la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- 3.** Desarrollar lineamientos que orienten a los prestadores de servicios turísticos en el proceso de apropiación de la cultura turística para el desarrollo de la actividad en la Candelaria.

4. Metodología

4.1 Enfoque

La investigación que se está llevando a cabo, no ha sido muy explorada, es por esto que la información sobre la misma es limitada; por tal razón se hace indispensable hacer un análisis que proporcione información que sirva de base en el estudio, examinando la forma en que los actores directos e indirectos reaccionan ante los fenómenos que se presentan, más específicamente, la percepción y vivencia de los prestadores de servicios turísticos y turistas frente a la actividad.

A partir de la naturaleza de la investigación, el enfoque pertinente es de **carácter mixto (cualitativo y cuantitativo)** debido a que de esta se permitirá una mejor comprensión y análisis en lo que respecta al desarrollo del estudio planteado. Y a su vez hará que exista un acercamiento mucho más preciso.

Por una parte el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, y por otra parte, el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría (Ruiz, Borboa, & Rodríguez, 2013, p.10).

La utilización de este método permite un acercamiento a obtener resultados más acertados de la investigación, ya que permite recolectar, analizar y vincular datos tanto de tipo cuantitativo como cualitativo dentro de un mismo estudio que en este caso se orienta a estudiar las variables que involucran a los prestadores de servicios y su relación con los turistas y la cultura turística.

4.2 Método

Dentro del estudio a realizar, el método exploratorio se aplicará en el problema de investigación con el propósito de destacar los aspectos fundamentales que permitan o den la posibilidad de mejorar la apropiación de la cultura turística en el Centro histórico de la Candelaria, y cómo a partir de la integración de este método se pueden integrar los procedimientos indicados para el desarrollo posterior de la investigación.

Un método exploratorio sirve para proporcionar al investigador un panorama más amplio y general acerca del fenómeno que se desea investigar. Es una etapa previa de la investigación y tiene como finalidad sentar las bases y dar los lineamientos generales que permitan que el estudio sea lo más completo posible (Benassini, 2009, p. 47).

Cabe destacar que para llevar a cabo la investigación se debe partir de un diagnóstico el cual lleve a establecer los parámetros que debe seguir el proyecto, y con base en este se construya una propuesta que contribuya a una posible solución del problema, por lo tanto, para dar respaldo a la investigación se aplicará igualmente el método propositivo. Este método en función del estudio de necesidades o problemas plantea una aproximación propositiva para dar un sustento y lineamientos que soporten la investigación en general (Helfer & Olivera, 2011, p. 10).

Los métodos descritos anteriormente funcionan en conjunto ya que para llevar a cabo una propuesta se debe partir de una exploración previa, por lo tanto, esta investigación se nutrirá de experiencias exploratorias y descriptivas, que permitan el óptimo desarrollo de la propuesta.

Tabla 1.

Técnicas e instrumentos según el objeto específico.

Objetivos	Técnicas	Instrumentos	Categoría de análisis
Establecer el nivel de apropiación de cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.	Entrevista	Cuestionario semiestructurado	Cultura turística (Causa y efecto)
Establecer la percepción de los turistas con respecto a la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.	Encuesta	Cuestionario estructurado	Cultura turística (Análisis estadístico)

Nota: Elaboración propia.

4.3 Técnicas

De acuerdo con el estudio que se está realizando en el Centro Histórico de la Candelaria, es de vital importancia la implementación de técnicas que soporten y brinden información

clara y precisa la cual permita el buen desarrollo de la propuesta que se quiere llevar a cabo. En primer lugar, se tiene la entrevista, esta da la posibilidad tener un contacto directo con todos los que intervienen en la actividad (comunidad local, trabajadores del sector turístico, turistas) y recolectar información pertinente. Por otro lado, la encuesta permite recolectar información que apoya de manera directa el propósito del proyecto ya que se establecen preguntas objetivas.

4.3.1 Entrevista.

Según Cerda (2011): “Es una conversación que tiene un propósito, y se da en función del tema que se investiga. Se plantea como un proceso de transacción de dar y recibir información, de pregunta-respuesta, de emisor-receptor, hasta alcanzar los objetivos que se propongan” (p. 259).

4.3.2 Encuesta.

Sinclair (1891) la define como: “Una técnica o una estrategia entendida como un conjunto de procesos necesarios para obtener información de una población mediante entrevistas a una muestra representativa. La información se recoge de forma estructurada formulando las mismas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los encuestados” (p. 1).

4.3.4 Información primaria.

Huamán (2011) establece: “Proporcionan datos de primera mano, es decir, contienen información nueva y original, por lo tanto, representan registros directos” (p. 5).

4.3.5 Información secundaria.

Según Huamán (2011): “Consiste en compilaciones, resúmenes listados de referencias publicadas sobre un tema, a su vez contienen información organizada producto de análisis y/o extracción de documentos primarios” (p. 6).

4.3.6 Modelo propositivo.

Según Helfer & Olivera (2011): “Plantea el diseño de una propuesta frente a necesidades o problemas detectados en estudios de la realidad” (p. 10).

4.4 Instrumentos

Para la ejecución de las técnicas establecidas anteriormente, se necesitará de la implementación de instrumentos con una estructura que permita la recolección de datos adecuada, de acuerdo con la propuesta presentada, los siguientes instrumentos son los pertinentes para la obtención de resultados.

4.4.1 Cuestionario semiestructurado.

Según Blazquez (n.d.): “Son aquellos que junto con una serie de preguntas similares a las de un cuestionario estructurado, hay varias preguntas abiertas, cuyo enunciado es muy genérico; están diseñadas para que el entrevistador las utilice como guía para obtener información” (p. 242).

4.4.2 Cuestionario estructurado.

Según Blazquez (n.d.): “Es un listado de preguntas que deben ser formuladas al entrevistado tal y como están redactados y en el orden que aparecen. Al mismo tiempo, la mayoría de las respuestas que podemos obtener también están previstas en el cuestionario” (p. 242).

4.4.3 Encuesta.

Según Ferrando (1992): “Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (p. 1).

4.4.4 Documento contentivo.

Este tipo de documento se puede definir como aquel que “contiene”, es decir, dentro del mismo se plasma información referente a un tema en específico, gracias a la agrupación de datos que contiene este documento se puede como referente para transmitir información.

4.5 Población

González & Salazar (2008) definen la población como: “Un conjunto de individuos (todos los habitantes de un país). Además, se estudia la estructura interna, la dinámica y su distribución sobre el espacio de las poblaciones humanas y las leyes que rigen estos fenómenos” (p. 11). La población de la investigación a realizar es: **Prestadores de servicios turísticos y turistas del Centro Histórico de Bogotá.**

4.6 Muestra

Monje (2011) define la muestra como: “Un conjunto de objetos y sujetos procedentes una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones. De una población se pueden seleccionar diferentes muestras” (p. 123).

De acuerdo a la investigación que será llevada a cabo, el tipo de muestra más adecuada para sustentar el proyecto la muestra no probabilística que según Monje (2011): “Supone un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario”, es utilizada en muchas investigaciones, sobre todo en las que requieren la selección de sujetos con unas determinadas características” (p. 127). Este tipo de muestra permite que la investigación pueda extraer datos aún más específicos de acuerdo con el objetivo del proyecto, sabiendo que esta zona de Bogotá, es de gran importancia en cuanto al desarrollo de la actividad turística.

La técnica de muestra no probabilística a usar es la **muestra por conveniencia** que según Otzen & Manterola (2017): “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p. 230). Cabe resaltar la dificultad de realizar un trabajo de campo dadas las condiciones de la pandemia actual, que no permiten tener un contacto directo con los involucrados; por lo tanto, las encuestas serán aplicadas por medio de Google Forms a personas que se acerquen al objeto de estudio con base en recomendaciones de los prestadores de servicios turísticos, para que de esta forma a pesar de los inconvenientes la investigación se pueda llevar a cabo de una manera concreta y específica.

5. Marco teórico

En relación a la apropiación de la cultura en el turismo se pueden encontrar diversos aportes que relacionan la cultura turística como un factor importante en cualquier sociedad, ya que se requiere de la participación de la comunidad para la realización de la actividad turística siendo esta actividad un factor importante tanto en lo social como en lo económico de la comunidad anfitriona; para la cultura turística es de gran importancia que los residentes tengan amplios conocimientos sobre su lugar de origen, sus atractivos turísticos y todos aquellos factores que intervienen dentro de la actividad y que esto signifique la posibilidad de un intercambio cultural; todo esto tiene su sustento en la toma de conciencia por parte de la comunidad de todo lo que representa la localidad, y con base en esto servir de apoyo en el proceso de integración y orientación a los turistas. Por otra parte, este cambio se soporta reflejando a la comunidad que tener visitantes en el destino se vea como algo beneficioso no solo en el sentido de que los prestadores locales tengan oportunidades laborales, sino que exista la posibilidad de que exista una integración de miembros de la comunidad en el desarrollo de las actividades turísticas.

Antitupa & Vargas (2017) refieren que la cultura turística no consiste solamente en una actitud positiva hacia los fines del sector turismo. Trasciende este marco para convertirse en una actitud dinamizadora de un conjunto de valores indispensables para el proceso de desarrollo (entre ellos: cuidado ambiental, desarrollo sostenible, tolerancia, solidaridad y preocupación por los valores culturales propios) (pp. 13-14). Mediante la cultura turística se puede generar una trascendencia social, la cual permite que existan efectos positivos en la comunidad como puede ser un cambio ideológico, esto quiere decir, que la comunidad empieza a desarrollar un mayor sentido de pertenencia dentro del cual se incita a proteger su patrimonio tanto natural como cultural.

“Tradicionalmente se ha estudiado la relación turistas – **anfitriones**, pero las investigaciones más recientes contemplan la importancia de la comunidad receptora para la planificación y gestión integral del turismo” (Monterrubio, 2009, p. 107). Dentro de la cultura turística se concibe a los anfitriones como uno de los ejes centrales en el proceso de mostrar y compartir una cultura, esto se ve apoyado por la capacidad que tenga la comunidad receptora de brindar amabilidad u hospitalidad a los turistas; esto será determinante para medir el grado de satisfacción del cliente y la posibilidad de que este regrese al lugar visitado.

Por un lado, la comunidad, aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante. Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo (Monterrubio, 2009, p. 106).

Todos los elementos del lugar y los que han sido desarrollados por la comunidad han sido importantes para el desarrollo de este ya que han permitido mejorar el disfrute del turista, y como consecuencia, la participación activa permitirá a la misma tener una mejor calidad de vida. “Lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser” (Amaya, 2006, p. 13).

Para que todo este proceso de concientización y formación se pueda lograr de la mejor manera y traiga consigo beneficios para ambas partes, es importante una intervención no solo de los prestadores de servicios turísticos sino también de los organismos que trabajan en pro del turismo. El trato que se les da a los visitantes es un atributo positivo que le da un reconocimiento a los destinos, ya que es un factor determinante para que el turista tenga el deseo de volver. Bassan (citado por Varisco, Benseny, & Padilla, 2015) destaca que cada destino turístico tiene su propia identidad, la cual es el resultado de una negociación y construcción cultural permanente en donde la **concientización turística** juega un papel fundamental, significando un proceso lento mediante el cual una comunidad receptora logra comprender y asimilar las características y efectos que el fenómeno turístico puede ocasionar en su territorio, generando a la vez una actitud positiva y hospitalaria hacia los visitantes del área y un comportamiento respetuoso con respecto a su propio patrimonio y entorno.

Este proceso de concientización turística involucra a los actores y sectores que participan directa e indirectamente en la actividad enfatizando en la apropiación de los beneficios de la calidad turística por parte de los actores locales y la contribución de la actividad desde los aspectos económicos, sociales y ambientales (Varisco et al., 2015). Se busca que la comunidad participe más activamente en un proceso de aprendizaje reforzando su preparación para comprender, valorar y participar exitosamente de la actividad turística y se

posicione como una disciplina de mera importancia que integra varios saberes, como lo son: El conocimiento del lugar, aprovechamiento de su patrimonio, uso óptimo de los recursos, adoptar la capacidad de servicio y aún más importante, el desarrollo de habilidades lingüísticas dentro de su comunicación con nacionales y extranjeros. Durante el último siglo, el turismo ha tomado fuerza, posicionándose como una de las principales actividades de desarrollo en la mayoría de las comunidades debido al impacto que tiene, Nieto (2016).

Al turismo se le considera como un sector generador de oportunidades, capaz de crear negocios y empleo, potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, estímulo importante para proteger el medio ambiente de las culturas autóctonas, y desarrolla mecanismos que conduzcan a la paz y el entendimiento entre los pueblos. (Sancho, 2004, p.1).

Al momento en que se crea conciencia y se abre paso a implementar estrategias que fortalezcan el **desarrollo turístico**, se genera una evolución dentro de un territorio, como ha sido visto en otros países que adoptan el turismo como una de sus actividades de mayor prioridad y a su vez lo toman como medio de sustento. Sancho (2005) afirma: “Durante las primeras etapas de desarrollo turístico los residentes suelen acoger a los visitantes con entusiasmo y perciben el turismo como una buena opción económica. Hay un sentimiento turista/residente de mutua satisfacción” (p. 26). Cabe resaltar que al momento en que se forja una adecuada relación entre turistas y residentes, estos últimos reconocen la necesidad del turista y llevan a cabo la actividad de la mejor manera, para satisfacer al turista y las necesidades de la comunidad en general. La comunidad receptora, es una parte esencial dentro del sistema turístico, ya que se puede describir como una pieza clave que permite el desarrollo completo de la actividad y a su vez se relaciona con todos y cada uno de los elementos que la constituyen, en otras palabras, la comunidad local es un elemento imprescindible en la existencia del turismo dentro de cualquier destino.

El desarrollo turístico integrado depende de la capacidad para establecer y mantener redes de colaboración entre los diferentes integrantes y agentes que forman parte, en mayor o menor medida y con mayor o menor grado de responsabilidad, de una realidad tan compleja como lo es un destino turístico (Bercial & Timón, 2005, p.37).

Cabe resaltar que dentro del proceso de planificación turística del destino se deben tener en cuenta todas las variables socioculturales y ambientales que intervienen para el desarrollo óptimo de la actividad Nieto (2018); estas deben realizarse con el fin de prevenir impactos

negativos que pongan en riesgo el desarrollo de la comunidad en un futuro y que este no incurra en la obstaculización de la actividad turística y el disfrute de los turistas en el destino.

El desarrollo turístico implica trabajar sobre una realidad territorial, donde todos los actores que se involucren en el desarrollo de la actividad turística reconozcan el impacto que tiene el turismo para el desarrollo del destino.

En este sentido, se debe tener en cuenta que además de suponer oportunidades en forma de atractivos y costes en forma de impactos, el territorio es el escenario en el que los diferentes procesos de desarrollo y apetencias que convergen sobre un ámbito dejan de ser líneas paralelas que se proyectan en el tiempo para confluir, compitiendo por unos recursos e intentando adaptar el espacio a sus necesidades operativas (Ávila Bercial & Timón, 2005, pp. 38).

El desarrollo turístico se enfoca en la relación entre el territorio y lo que se tiene planeado en un largo plazo, esto con el fin de que la toma de decisiones concuerde con lo que se quiere lograr en el destino y que a su vez estas se ajusten a las circunstancias que el territorio este experimentando y lo caractericen como un potencial turístico.

Por la importancia de la cultura turística en el desarrollo del destino, se hace necesario que los prestadores de servicios turísticos la adopten como un medio pedagógico para que de esta forma contribuya al momento de generar planes de acción frente a la actividad turística, clasificándola como un elemento esencial en la planificación y gestión del turismo.

Para un efectivo desarrollo y evolución de un destino se hace necesario que los prestadores de servicios turísticos cuenten con las habilidades que lo lleven a prestar el servicio de una manera adecuada, dentro de estos, se hace importante la educación para promover las cualidades de cada destino, por lo tanto, se requiere que los prestadores de servicios turísticos se identifiquen con el entorno en el que desarrollan la actividad para ser de la experiencia del turista algo enriquecedor que no solo gire en torno a conocer un destino sino que el prestador de servicio pueda transmitir algo de apropiación del mismo al turista. Se hace uso de la **pedagogía** para transferir conocimientos de una manera práctica para que todos los que se ven involucrados en el proceso aumenten su potencial y utilicen estos recursos para atender las necesidades de los turistas. Foucault (1994) define como pedagogía a la transmisión de una verdad que tiene por función dotar a un sujeto cualquiera de actitudes, de capacidades, de saberes que antes no poseía y que deberá poseer al final de la relación pedagógica (p. 101). Según Casas (2019): “Es por esto por lo que en materia de turismo las estrategias de enseñanza-aprendizaje deben estar relacionadas con la posibilidad turística de cada lugar y

la potencialidad de sus atractivos, bien sea en términos culturales, naturales, deportivos, entre otros” (p. 57).

Cabe reconocer que para llevar a cabo un proceso pedagógico se debe integrar una manera en la que se puedan transmitir los conocimientos de una manera eficaz. La **didáctica** que definida por Carvajal (2001) es: “La ciencia de la educación que estudia e interviene en el proceso de enseñanza-aprendizaje con el fin de conseguir la formación intelectual del educando” (p. 1); dentro del proceso pedagógico esta juega un papel importante porque se orienta al conjunto de técnicas a través de las cuales se realiza la enseñanza, es decir, dar reglas para la misma, es por esto que desde un principio este término se interpretó como “**el arte o la ciencia de enseñar o instruir**” (Carvajal, 2001, p. 2-5). Dentro de las actividades que llevan a cabo los prestadores de servicios turísticos se desarrollan procesos didácticos para facilitar la transmisión cultural hacia los turistas y llegar a estos de una forma más acertada ya que el desarrollar acciones de este tipo permitirán un mayor involucramiento de los turistas ya que se sentirán parte del destino.

Se puede afirmar que el papel de la pedagogía y la didáctica en la evolución de la actividad turística es de gran importancia debido a que estas permiten no solo que los prestadores tengan mayores conocimientos especializados sino, tomando como base el constructivismo podrán a su vez adquirir habilidades, valores, destrezas y actitudes que evitarán que realicen sus labores de manera empírica viéndose esto reflejado dentro de los beneficios de carácter económico y social logrando a su vez que la actividad turística se posicione como un elemento importante dentro de la economía.

Con base en la definición de la Organización mundial del turismo, implantar conciencia turística no significa convencer a la sociedad de que el turismo es maravilloso y una opción ideal para mejorar la situación económica de la comunidad. Implantar conciencia turística es ante todo informar sobre las oportunidades y riesgos que la actividad turística puede suponer para la comunidad y también preparar y formar a la sociedad para asumir dicha actividad evitando tensiones y maximizando los beneficios de todo tipo (económicos, sociales, ambientales, culturales, etc.) (Conti & Cravero, 2010, p. 20). La participación de la sociedad en el proceso de desarrollo turístico es imprescindible desde un enfoque democrático y de equidad social de las actuaciones. Cabe reconocer que la incorporación de la comunidad local al desarrollo turístico no es algo fácil, en gran parte porque no todos los residentes obtienen

un beneficio de este. Por lo tanto, es necesario reevaluar la importancia del turismo, no solamente como una actividad económica sino como una actividad que tiene repercusiones en la vida de los locales y a su vez reconocer los beneficios que trae consigo y estos se asignen de manera equitativa, permitiendo así la participación conjunta de la comunidad en el turismo.

tropas españolas en cercanías al Magdalena, quiso pactar con Federmann y aseguró su conquista ofreciéndole 10.000 pesos en oro y acordaron que los soldados procedentes de Venezuela gozarían de los mismos privilegios de que disfrutaban los del Nuevo Reino (p. 6).

En abril de 1539 se desarrolla la fundación formal en la actual Plaza de Bolívar. Allí se hace el trazado original de la ciudad estableciéndose la Plaza Mayor y el lugar de la iglesia principal, que más adelante vendría siendo la Catedral Primada de Bogotá.

La ciudad creció hacia el norte (plaza de las Hierbas), sur (Las Cruces) y occidente (San Victorino) quedando la Plaza Mayor y la Catedral como el centro tradicional de la ciudad y sede de los poderes coloniales y luego republicanos. Fue así como la ciudad estuvo dividida en cuatro parroquias durante los siglos XVIII y XIX: La Catedral, Las Nieves, San Victorino y Santa Bárbara.

La Candelaria corresponde al sector más antiguo de la ciudad de Bogotá y los registros relacionados con sus primeros asentamientos se remontan a la instalación de los recoletos de San Agustín, también conocidos como padres de Candelaria, en el predio donde actualmente se ubica la Iglesia y Convento de San Agustín a mediados del siglo XVI. (Gonzalo, Sánchez, & Guzmán, 2014, p.20).

A finales del siglo XVII, se dio la posibilidad de reedificar el convento Nuestra Señora de Candelaria donde luego inició el asentamiento de población, desde este punto se le denominó a este sector La Candelaria. Con el pasar del tiempo, a nivel nacional se fue reconociendo el nombre de La Candelaria a su vez referenciándolo como el sector más antiguo de Bogotá testigo de la expansión cultural española y diversos acontecimientos independentistas. En 1950, se empezaron a establecer normas sobre la preservación del patrimonio urbano, cultural y arquitectónico que son pertenecientes al centro histórico de Bogotá.

La parroquia de La Catedral coincidía con la actual localidad de La Candelaria, la cual estaba conformada a su vez por los barrios el Príncipe, San Jorge, el Palacio y la Catedral. Creado el Distrito Especial de Bogotá en 1955 no había mayor diferencia entre el Centro de Bogotá (o simplemente Bogotá en el hablar de esa época) y el centro histórico. En la década de los años 1970 se creó la Corporación la Candelaria para rescatar el patrimonio histórico de los barrios de La Catedral, La Concordia y La Candelaria.

Mediante Acuerdo 7 del 4 de diciembre de 1974 el Concejo de Bogotá crea la Alcaldía Menor de La Candelaria, esto daría lugar a que se reconociera en 1991 como una de las 20

localidades del Distrito Capital de Bogotá para elegir por primera vez su Junta Administradora Local (JAL) (Instituto Distrital de Gestión de Riesgos y Cambio Climático, 2017, p. 6).

6.3 Límites

Está ubicada en el centro de la ciudad y limita, al norte, con la localidad de Los Mártires; al sur, con la localidad de San Cristóbal; al oriente, con la localidad de Santa Fe, y al occidente, con las localidades de Los Mártires y Antonio Nariño.

6.4 División administrativa

La localidad de la Candelaria abarca el centro histórico de Bogotá, el cual está compuesto por 7 barrios que son: La Catedral, Centro administrativo, Santa Bárbara, La Concordia, Las Aguas, Egipto y Belén. Esta localidad tiene 123 manzanas y ocupa una extensión de 137 hectáreas.

6.5 Actividades económicas

La candelaria cuenta con alrededor de 35 lugares culturales los cuales le dan a la localidad espacios tradicionales para el desarrollo de la actividad turística, permitiendo así que los establecimientos de alojamiento sean otro de los factores que le dan a la comunidad residente ingresos. Por otro lado, el comercio es otra de las actividades que impulsa la economía de la localidad debido a que esta es su actividad principal de sustento.

7. Marco legal

7.1 Código ético mundial del turismo

Este código establece unos parámetros de actuación entre los actores que intervienen en el turismo y, por ende, entre los miembros de la comunidad receptora.

7.1.1 Artículo 4.

Cada destino cuenta con recursos turísticos únicos pertenecientes al patrimonio común de la humanidad, por lo tanto, es un deber de la comunidad preservarlos para las generaciones futuras; esta protección se debe ver apoyada por las políticas y actividades turísticas que se desarrollan en cada destino.

7.1.2 Artículo 5.

Dentro del desarrollo de la actividad turística es de vital importancia la intervención de la comunidad local, esto traerá consigo beneficios económicos, sociales y culturales que permiten que exista una evolución en el destino y una mejora en la calidad de vida de la población receptora al generar empleo de manera directa e indirecta.

7.1.3 Artículo 6.

Los profesionales del turismo tienen la misión de hacer de la experiencia del turista algo satisfactorio, orientada no solo en brindar información básica del destino, sino que exista un acompañamiento continuo a lo largo de su estancia.

7.2 Constitución política de 1991

7.2.1 Artículo 52.

Reconoce la importancia del derecho de que todas las personas practiquen deporte y recreación, junto con el aprovechamiento del tiempo libre.

7.3 Ley 300 de 1996

7.3.1 Artículo 1.

Se concibe al turismo como una industria esencial dentro del desarrollo de país, así como también de las entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple con una función social, el estado dará protección debido a su importancia para el desarrollo.

7.3.2 Artículo 69.

El ministerio de comercio industria y turismo se encargará de mejorar la calidad en los servicios que se presta a nivel de turismo para la comunidad. Es por ello que implementaron una normalización para cada uno de los subsectores turísticos.

7.4 Ley 1185 de 2008

7.4.1 Artículo 11.

Régimen Especial de Protección de los bienes de interés cultural. Los bienes materiales de interés cultural de propiedad pública y privada estarán sometidos a un régimen especial de protección, dentro de este, se establecen las acciones necesarias para garantizar la protección y sostenibilidad del patrimonio con el tiempo.

7.5 Normas técnicas sectoriales

7.5.1 NTS-GT-014. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza en una segunda lengua.

El objetivo de esta norma es plantear los requisitos que requieren cumplir los guías de turismo durante sus recorridos en una segunda lengua, incluyendo las lenguas nativas de Colombia y la lengua de señas. Esto garantizara una buena comunicación con los turistas permitiendo que estos tengan conocimientos de la cultura.

7.5.2 NTS-GT-012. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza turística.

En este documento se aborda parámetros a seguir con el objetivo de planificar, ejecutar y controlar las actividades de guianza. Mediante el cumplimiento de esta se pueden garantizar el buen funcionamiento de la actividad.

7.6 Plan sectorial de turismo (2018-2022)

El gobierno trabajará para garantizar un turismo sostenible, responsable y de calidad.

MinCIT realizará programas de sensibilización y cultura turística a nivel nacional y territorial para generar conciencia de la importancia del turismo para el desarrollo sostenible; de la atención y respeto al turista, así como del conocimiento, comunicación, presentación y apropiación de los atractivos turísticos del país. De forma complementaria, se requiere hacer conciencia en los turistas y demás actores de la cadena de valor del sector, de la importancia, valoración y respeto del patrimonio nacional para el desarrollo del turismo, así sobre el impacto de sus actividades en el medio natural, económico, cultural y social (Restrepo et al., 2018, p. 14).

Por otro lado, destaca el fortalecimiento del Programa “Colegios amigos del turismo” donde se especificará la regulación necesaria para la coordinación interinstitucional con el fin de generar una cultura turística en todo el país.

7.7 Acuerdo 10 de 1980

Por medio de este acuerdo se crea la Corporación la Candelaria, en primer lugar, se enfocaba en la recuperación urbanística del sector, pero luego de que se expidiera la Ley 397 de 1997, correspondiente a la Ley de la Cultura, esta Corporación se orientó a desarrollar programas y proyectos relacionados con la conservación y rehabilitación de los bienes de interés cultural.

7.8 Acuerdo 257 de 30 de noviembre de 2006

El Concejo de Bogotá transformó la Corporación La Candelaria en Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, ya designando acciones enfocada en la ejecución de políticas, planes y proyectos para el ejercicio efectivo de los derechos patrimoniales y culturales de los habitantes del Distrito Capital, de igual forma la protección, intervención, investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural tangible (Pecha, 2005, p. 2).

8. Marco conceptual

8.1 Cultura turística

Gonzalez (2014) afirman: “La cultura turística representa la dimensión de la cultura general integral del hombre bajo la cual reconoce el turismo como fenómeno socioeconómico históricamente condicionado e integrado al medio ambiente que ocupa” (p. 22). Por lo tanto, reconoce los valores propios de la comunidad que generan un sentido de pertenencia sobre el destino, fomentando un buen trato al turista y promoviendo la protección del patrimonio; reconociendo al turismo como un mecanismo de desarrollo para la comunidad.

8.2 Patrimonio cultural

Dentro de este tipo de patrimonio se pueden encontrar tres grupos diferentes, el primero integra los monumentos, este incluye las obras arquitectónicas, de escultura o pintura, elementos o estructuras, cabe resaltar que cuentan con un valor excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; en segundo lugar se encuentran los conjuntos que incluyen grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; en último lugar se encuentran los lugares, que comprenden las obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (Mardones, 2015, p. 4).

8.3 Aculturación

Berry (Citado por Vázquez, 2012) lo define como: “Un proceso de cambio psicológico y cultural que resulta del continuo contacto entre personas de diferentes precedencias culturales. Estos cambios pueden ser observados a través de diferentes dominios, como las actitudes, las conductas, los valores y la identidad cultural.” (p. 42). Este proceso tiene como consecuencia que una persona pueda aprender de una nueva cultura y esto permitirá un enriquecimiento cultural. Esta manifestación es vital durante el desarrollo de la actividad turística.

8.4 Transculturación

El proceso de transculturización ocurre cuando la comunidad en el proceso de intercambio cultural adopta una nueva identidad debido a que existe una transformación en los diversos aspectos que sustituyen sus propias prácticas culturales. Según Wright & Ortiz (1941) esta

palabra expresa: “Las diferentes fases de la transición de una cultura a otra porque no consiste en adquirir otra cultura, lo cual sería el concepto aculturación. Sino que el proceso realmente envuelve la pérdida de una cultura previa.” (p. 12).

8.5 Comunidad receptora

Se define como la población que habita dentro de un destino y hace posible la actividad turística. Según Monterrubio (2009): “La comunidad receptora, por la importancia que ésta tiene en el desarrollo funcional u obstaculización del turismo, mantiene relevancia en los procesos de planificación turística, sea ésta a nivel nacional, regional o local” (p. 103). La participación de la comunidad se relaciona con todos los elementos que constituyen al turismo, porque son los que tienen el contacto directo con los turistas, interviniendo dentro la experiencia de estos.

8.6 Pedagogía

Se define como una ciencia que se basa en el estudio de las diversas metodologías y técnicas usadas para la enseñanza. Según Bernal (2002): “Es un conjunto de saberes que buscan tener impacto en el proceso educativo, en cualquiera de las dimensiones que este tenga, así como en la comprensión y organización de la cultura y la construcción del sujeto” (p. 1). Por lo tanto, la implementación de la pedagogía permite a los actores que participan en el desarrollo de la actividad turística verse involucrados ya que por medio de esta se obtienen conocimientos y competencias claves para llevar a cabo la misma.

8.7 Propuesta pedagógica

Según Piaget (citado por Viego, n.d.): “Son trabajos o proyectos en los cuales la psicología genética ha sido utilizada como base para diseñar programas educativos, métodos de enseñanza, estrategias didácticas, etc. Es decir, trabajos en los que aparecen propuestas para ser aplicadas en la educación” (p. 7). Una propuesta pedagógica debe contener características como lo son la calidad en el uso de los métodos de enseñanza, lograr captar la atención hacia los diferentes propósitos de esta y aún más importante que exista una interacción entre aquellos que ofrecen la propuesta y los involucrados.

8.8 Mediadores pedagógicos

Estos se basan en acompañar y promover el aprendizaje para que a su vez se desarrollen competencias y garanticen la transmisión del conocimiento para que este sea comprendido; debe estar acompañado de una comunicación efectiva. Según Prieto (citado por Reyes de

Marín, 2013): “La Mediación Pedagógica, consiste en la tarea de acompañar y promover el aprendizaje.” (p. 1). Para la implementación de estos se requiere una supervisión para evaluar la efectividad del proceso de aprendizaje y tomar acciones en pro de la motivación.

8.9 Didáctica

Manrique (2012) la define como: “El estudio del conjunto de recursos técnicos que tienen por finalidad dirigir el aprendizaje” (p. 57) Por otra parte, el autor señala que la didáctica ha sido conceptualizada como ciencia y arte de enseñar ya que la misma no solo se enfoca en los valores sino en la forma en que el educando aprenda algo, refiriéndose a “enseñar mejor” (Manrique, 2012, p. 57).

8.10 Educación turística

Se define como un proceso de capacitación que involucra directa e indirectamente a las personas que desempeñan una actividad turística. Filho (2010) indica: “El anfitrión debe ser parte de experiencias educativas, con la intención de identificar el ciudadano y su espacio social, sus hábitos culturales y las manifestaciones que implican directamente en experiencias turísticas de calidad” (p. 68). Todas las personas deben ser parte de experiencias educativas en materia de turismo para desarrollar habilidades que impliquen experiencias de calidad para los turistas.

8.11 Concientización

Lo define Bermeo-Salazar (2015) como: “Un acto que significa hacer que una persona tome conciencia sobre determinadas circunstancias, fenómenos, elementos de su personalidad o actitud, para mejorar su calidad de vida y sus vínculos, no sólo con el resto de los individuos si no también con el medio ambiente que lo rodea” (p. 32).

8.12 Desarrollo turístico

Se define como la contribución en la mejora de escenarios los cuales permitan el desarrollo de las comunidades. Según Varisco (2008) se define como: “La provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, como la creación de empleos o generación de ingresos” (p. 14). Dentro del desarrollo un pilar importante es la conservación del patrimonio, del medio ambiente y aún más de la comunidad receptora del turismo.

8.13 Competencias

El prestador de servicios debe adquirir una serie de competencias para facilitar la forma de relacionarse con el turista, mejorando la calidad en el proceso de prestación de servicios, dentro de las principales competencias se encuentran:

- **Tolerancia:** Capacidad del manejo de la frustración de parte del personal.
- **Empatía:** Habilidad de ponerse en los “zapatos del cliente” estar del “otro lado” del mostrador y reconocer las necesidades y deseos de estos.
- **Comunicación:** La capacidad de establecer una relación recíproca en el manejo de la información.
- **Capacidad técnica:** Conjunto de conocimientos y valores empresariales que son la razón de ser de la organización.
- **Resultados:** La habilidad en lograr con eficiencia y eficacia las necesidades de nuestros clientes (Ministerio de trabajo, n.d.).

8.14 Servucción

Gómez & Berrios (2008) la definen como: “La organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa, necesaria para la prestación de un servicio bajo indicadores de calidad del servicio.” (p. 24).

9. Capítulo I - Nivel de apropiación de cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro Histórico de la Candelaria

Dentro de este capítulo se dará a conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos sobre el impacto de la cultura turística en el ejercicio de su actividad. Para este análisis se llevaron a cabo entrevistas con representantes del sector del Centro Histórico de la Candelaria no solo para conocer su opinión sino para tener una vista más cercana de los factores que generan mayor impacto en lo referente a la prestación del servicio turístico. Con base a la información recolectada se obtendrán las variables necesarias para determinar la situación actual del destino en lo que respecta a la existencia de la cultura turística.

9.1 Reconocimiento de la cultura turística y apropiación por parte de los prestadores de servicios turísticos en el Centro Histórico de la Candelaria.

9.1.1 Concepto de los prestadores de servicios turísticos frente a la cultura turística.

Definición de cultura turística por parte de prestadores de servicios turísticos.

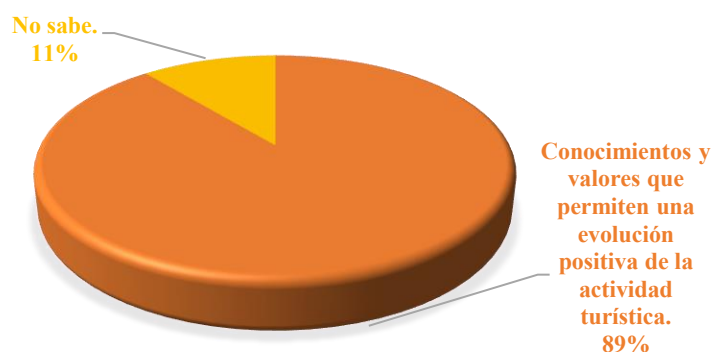


Figura 2. Definición de cultura turística por parte de prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia (2020).

Para poder obtener una definición concreta la cultura turística debe ser entendida desde el punto de vista de los diferentes agentes que se involucran en el desarrollo del turismo, de manera general la definición de la misma se ve un poco distorsionada (no es muy familiar para los prestadores de servicios, demostrando así que se le ha dado muy poca importancia al término) (11,1%), o a pesar de que se identifica la presencia de la misma no se comprende una definición técnica; dentro de las definiciones mayormente obtenidas luego de realizar un

previo acercamiento asocian esta definición con todo lo que representa el destino en sí, y por lo tanto algo muy importante que debe tener en cuenta la comunidad siempre para poder generar desarrollo y transmitir estos saberes en lo relacionado con la historia y patrimonio.

Cabe destacar que los entrevistados priorizan a su vez los conocimientos y valores (88,9%) que como sociedad se posee y se reconocen como parte fundamental de su cultura turística, por otra parte, lo relacionado con el intercambio de experiencias con los turistas es igualmente reconocido como parte de esta definición, esto demuestra el compromiso de los prestadores de servicios (que mayormente son pertenecientes de la comunidad local del Centro histórico) no solo por reconocer el patrimonio turístico que poseen sino como la cultura turística cuenta con papel dentro del mismo.

9.1.1.1 Cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y el adecuado desarrollo de la actividad turística. En manera general la percepción que se obtiene respecto a esta, va mayormente orientada a que si existe apropiación va a existir un mejor desarrollo de la actividad ya que se reconoce y muestra el patrimonio propio, esto unido a la integración procesos dentro de los cuales se logra involucrar a la misma comunidad dentro de actividades de guianza, restauración y demás servicios (77,8%). Porque aquellos que se encuentran en principal responsabilidad sobre el manejo de la actividad turística consideran que si una persona conoce su patrimonio será más fácil expresarlo y transmitir los conocimientos hacia los turistas. Al definir la cultura turística se considera la implicación de la comunidad receptora y por lo tanto el conocimiento que debería tener la misma sobre la actividad, orientada a dos elementos fundamentales del patrimonio turístico: Los atractivos turísticos y los servicios turísticos.

Por otra parte, un aspecto negativo reconocido dentro de este término es que algunos actores indirectos no denotan este elemento tan imprescindible en el desarrollo de la actividad turística (22,2%), siendo casi nulo y/o de poca aplicabilidad demostrando así poca relevancia de la misma dentro de los servicios que ofrecen.

9.1.2 La intervención de la comunidad local en el desarrollo de la actividad turística.

Aceptación de la cultura turística por parte de la comunidad local.

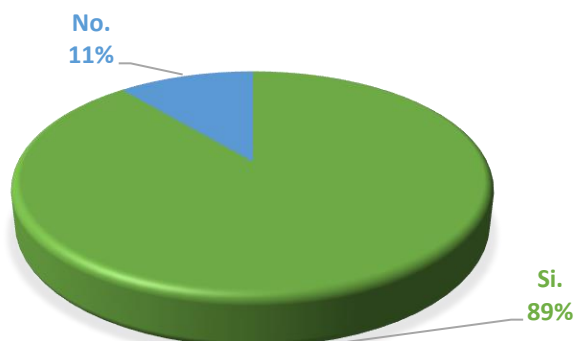


Figura 3. Aceptación de la cultura turística por parte de la comunidad local. Elaboración propia (2020).

La comunidad local cumple un papel importante dentro de la actividad turística ya que gran parte de esta se ha involucrado de manera directa e indirecta porque para llevar a cabo procesos de recorridos las diferentes compañías locales buscan integrar personas de la comunidad.

La comunidad local incluso ha tratado de integrarse dentro de algunas actividades turísticas en el sector, ayudando incluso a los eventos que allí se realizan (88,9%). Por lo tanto, hay intención de potenciar la actividad simplemente se requiere de más apoyo y reconocimiento. Un aspecto que se reconoce hoy día en procesos de apropiación es la integración de la comunidad local en la actividad, por un lado, los artesanos han sido reconocidos como una parte fundamental de la actividad ya que participan activamente en el proceso de incentivar el turismo realizando diferentes actividades en la localidad y por otro, procesos de recorridos con creadores de grafitis propio del lugar, todo esto con el fin de sacar el mayor provecho a cada uno de los aspectos patrimoniales del destino.

La comunidad local siempre se ha visto envuelta en la actividad turística de la Candelaria ya sea directa o indirectamente, se identifica en su mayoría que la comunidad recibe de manera positiva la actividad turística, esto se puede evidenciar debido a que la misma permite el desarrollo económico del destino. La mayoría de los prestadores mantienen la postura de que se ve muy bien vista la actividad turística debido al impacto económico que genera en el

sector ya que gracias a esto se ha desarrollado y beneficiado la localidad, esto es algo que se ha visto reflejado con el pasar de los años.

9.1.3 Reconocimiento del patrimonio y atractivos turísticos del Centro histórico de La Candelaria.

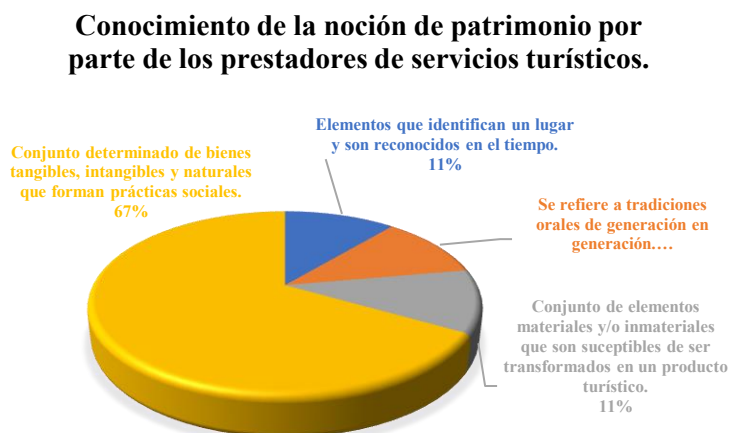


Figura 4. Conocimiento de la noción de patrimonio por parte de los prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia (2020).

En el desenvolvimiento de la actividad turística surgen una serie de relaciones que afectan no solamente a quienes participan directamente de la misma, sino que esta también afecta a los habitantes y residentes del destino y hoy día se consideran como un elemento vital dentro de la estructura del sistema turístico de los diferentes destinos. Cuando se hace referencia a la cultura turística se hace un mayor énfasis en el conocimiento que se tiene acerca de los aspectos generales, patrimoniales, culturales y representativos de la comunidad.

Es de vital importancia el reconocimiento de conceptos básicos como lo es el de patrimonio cultural, los entrevistados orientaron su respuesta al conjunto de tradiciones orales de generación en generación, algunos prestadores consideran el patrimonio como el conocimiento que es transmitido con los años, esto quiere decir que le dan mucho más importancia a todo aquello que ellos puedan transmitir mediante sus experiencias y según las historias del sector (66,7%), por otra parte otros se orientan a definirlo como el conjunto de elementos que identifican un lugar y son reconocidos en el tiempo, es decir, relaciona el patrimonio a la conservación en el tiempo que posee un lugar y es por ello que considera la localidad como un lugar rico en patrimonio y a su vez, relaciona el patrimonio a la

conservación en el tiempo que posee un lugar y es por ello que considera la localidad como un lugar rico en patrimonio (33,3%).

De acuerdo con los resultados expuestos se puede demostrar que los prestadores de servicios turísticos, tienen un conocimiento acertado acerca de la concepción del patrimonio cultural representando así, demostrando así, que este es un concepto cercano el cual se ve evidenciado en la actividad turística del centro histórico de La Candelaria. Dentro de la actividad turística desarrollada en La Candelaria se pueden observar una gran variedad de servicios de carácter patrimonial los cuales permiten que el desarrollo turístico se lleve a cabo y se posicione en el destino, ya que al ofrecer una gran oferta turística permite que sea accesible para todos, al momento de reconocer el tipo de patrimonio manejado por los diferentes prestadores de servicios turísticos.

Cabe destacar por una parte que existe una identificación de que manejan elementos dentro del centro histórico de forma tangible mayormente pues hay muchos lugares con representación histórica, pero a su vez, se evidenció también que se presentan ciertas confusiones con respecto a los atractivos que se manejan aun por parte de los prestadores, se identifican algunas palabras, sin embargo, aún se dificultan la diferenciación y apropiación de un lenguaje técnico de la actividad turística. De igual forma se reconoció a la vez que los conocimientos que se tienen acerca del patrimonio debe convertirse en un factor clave en el proceso de desarrollo de la actividad turística, y por lo tanto es importante que las instituciones responsables de la actividad en esta localidad enfoquen sus esfuerzos en fomentar este tipo de conocimientos con el fin de integrar el interés sobre las diferentes caracterizaciones de los servicios y atractivos turísticos en lo que respecta al tipo de patrimonio que este representa, siendo material, inmaterial, mueble o inmueble.

En lo que respecta al reconocimiento de los atractivos más representativos por los prestadores de servicios turísticos se llegó a la conclusión que los turistas consideran el Chorro de Quevedo como uno de los más “solicitados” (77,8%), por una parte, porque se considera como un espacio dentro del cual se puede apreciar la riqueza turística de la localidad en lo referente a gastronomía, historia y cultura. Este atractivo es preguntado por muchos turistas, siendo hoy día uno de los lugares más concurridos por su tranquilidad y por su escenografía perfecta para fotografías. Conformé a esto se podría decir que es uno de los lugares claves para implementar acciones que inviten a apropiarse del lugar. De igual forma,

la Catedral Primada también es un punto de parada para muchos turistas (11,1%), no solo por su arquitectura sino por su papel dentro de la historia distrital y nacional, algo en lo que se encuentra total concordancia por parte de los prestadores de servicios es la importancia de identificar la inmensa riqueza que el Centro histórico de La Candelaria ofrece a quienes visitan este lugar, la arquitectura colonial representa (11,1%) un factor importante en el apoyo de la actividad turística ya que genera un valor agregado para el destino que junto con la diversidad cultural que se encuentra en este lugar permite un correcto intercambio entre las culturas.

9.1.4 Aspecto que se consideran importantes dentro de la prestación de los servicios turísticos en el Centro histórico de la Candelaria.



Figura 5. Aspectos importantes en la prestación de servicios turísticos. Elaboración propia (2020).

Para llevar a cabo procesos de prestación de servicios turísticos, no solo es importante tener el conocimiento acerca del patrimonio, aunque gracias a este se utilizan técnicas adecuadas dentro de los servicios que se pueden mejorar continuamente conforme la persona adquiere más conocimiento. El conocimiento (33,3%) es parte fundamental sin embargo es el conjunto del conocimiento junto con la disposición de servir que hacen mejorar las experiencias, además de que se podrían invitar no solo a que cada prestador tenga un conocimiento por sus actividades diarias, sino que además reconociera e invitara con orgullo a conocer la localidad.

La percepción de los prestadores de servicios sobre qué aspectos son importantes se resume en contar con una buena actitud de servicio (55,6%), se ve evidenciado la importancia

de este elemento dentro de la prestación del desarrollo turístico, el cual facilita los procesos de la actividad permitiendo así que quienes visitan el Centro histórico de La Candelaria reciban a su vez un servicio amistoso que permita la generación de más visitantes, porque desde la actitud de servicio se implementan bastantes valores y conocimiento, los prestadores consideran que es lo mejor así la persona haya aprendido de manera empírica o sea estudiado, es demasiado importante la forma de interactuar con el turista.

Como destino se debe buscar siempre el bienestar del turista no solo en lo referente a seguridad sino en la experiencia que este se lleve, por lo tanto, se busca siempre que los turistas se sientan siempre bienvenidos y queden satisfechos con su visita. Esto es positivo ya que hay una disposición clave por parte de los prestadores a ser serviciales en sus actividades, simplemente se requiere de potenciarlo mucho más.

Por otra parte, el interés (11,1%) también juega un papel importante a la hora de prestar un servicio turístico por parte de los prestadores de servicios, este elemento es muy importante, debido a que es necesario para poder desarrollar la actividad. Los turistas como clientes directos perciben rasgos tan sencillos como la disposición en el servicio, por lo tanto, mostrar un interés no solo para guiar sino para hacer sentir al turista como una persona que hace parte de la comunidad para hacer de su experiencia algo única.

Los prestadores de servicio reconocen a su vez que establecer cultura turística implicar sumar valores que fomenten la actividad, como lo es el compromiso, la constancia, disposición, profesionalismo pero aún más importante: Amabilidad, con el fin de que los que participan en la actividad de manera directa e indirecta entiendan que ellos son la cara del turismo y contribuyen a la experiencia ya que esta se ve representadas a través de palabras, acciones o simplemente identificar las necesidades de los turistas.

De igual forma se presentó la opción del trato a los turistas, donde la mayoría expresó que el trato dado a los turistas nacionales e internacionales es igual para ambos, este aspecto es de vital importancia debido a que permite, que cualquier viajero sin importar su procedencia reciba un trato digno en donde se valora en calidad de turista mas no del lugar de donde proviene, por otro lado, refleja que buscan siempre brindar servicios amigables a todas las personas no importa la condición, lo cual proporciona el aumento de la calidad en el servicio.

9.1.5 Afectación en la actividad turística por parte de factores ajenos a los prestadores de servicios.



Figura 6. Afectación a la actividad turística. Elaboración propia (2020).

Los prestadores de servicios turísticos dan vista a ciertos problemas en la accesibilidad no solo a la localidad sino a algunos espacios turísticos, dan vista de que esto es un inconveniente para el desarrollo de recorridos con personas en condiciones de discapacidad debido a la estructura de las vías, claro ejemplo la Calle del embudo ya que no cumple con una buena accesibilidad para esta condición.

Por otra parte, destacan que la falta de señalización turística (77,8%) representa una debilidad clave en los aspectos fundamentales y necesarios para llevar a cabo la actividad, es decir que al recibir visitantes nacionales e internacionales, la señalización es indispensable al momento de brindar servicios turísticos, se pueden encontrar en algunos puntos como lo son las calles principales, pero esta no es suficiente, contando además de que estas vallas con información están en mal estado y no son actualizadas frecuentemente. Esto dificulta la calidad en cuanto a la experiencia del turista ya que requiere de preguntar constantemente acerca de los atractivos y esta información puede que no se la proporcionen o que el idioma sea un impedimento.

Otro factor que ha sido representativo en la evolución de la actividad turística es la seguridad, donde varios de los prestadores concuerdan que la actividad se encuentra afectada por la seguridad en el destino (55,5%), la localidad se ha visto muy afectada por todo tipo de delincuencia, siempre deben estar al tanto ya que pueden afectar a los turistas o pueden robar las instalaciones donde se prestan los servicios. Esto es un impedimento para que la actividad

evolucione pues si no se sienten seguros los turistas difícilmente visitarían el lugar, se debe velar por la seguridad de todos turistas, comunidad y prestadores para que el turismo en La Candelaria tenga una perspectiva de calidez, estos destacan que en zonas más concurridas como lo es el Chorro de Quevedo y zonas aledañas se ven custodiadas por entes como la policía de turismo de manera frecuente y de igual forma a su vez depende del horario el aumento o disminución de inseguridad. La seguridad que se pueda brindar en los espacios turísticos del Centro histórico de La Candelaria genera un valor agregado para los turistas, debido a que para el disfrute de la actividad y la tranquilidad generada es un elemento importante, el cual beneficiaría la actividad.

9.1.6 Procesos de capacitación para la evolución y mejoramiento de la actividad.

Algo muy importante para la evaluación de la actividad turística es la constante capacitación, no solo para conocer los cambios en el mercado sino para adquirir mayores actitudes y aptitudes, la mayoría de los prestadores de servicios entrevistados refleja cierta preocupación por ser partícipe de actividades de capacitación constante con el fin de comprometerse mucho más a mejorar la prestación de sus servicios. La capacitación continua permite estar al tanto de las nuevas tendencias de comportamientos de los turistas y la preparación para estas eventualidades, lo cual estos prestadores de servicios podrían estar al tanto para actuar de manera adecuada. En consecuencia, esto permite un desarrollo claro dentro de cada actividad y es positivo para la actividad turística.

Participación activa en capacitaciones por parte de los prestadores de servicios turísticos.

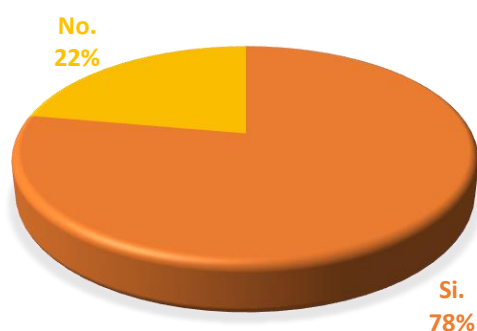


Figura 7. Participación activa en capacitaciones por parte de los prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia (2020).

Por lo tanto, se identifica un compromiso por participar activamente de capacitaciones (77,8%), las cuales permiten una mejora continua en el servicio, el uso de estas herramientas contribuye de manera directa en los servicios que se les ofrecen a los visitantes ya que dan paso el aumento de los estándares de calidad del destino. Una mínima parte no ve gran necesidad de hacerlo (22,2%), porque consideran que con lo aprendido previamente durante un tiempo determinado y la experiencia que se adquiere constantemente, este aspecto pasa a ser de poca importancia.

9.2 Análisis PEST

9.2.1 Aspectos políticos.

9.2.1.1 Ley 300 de 1996: Ley general del turismo. La Candelaria al ser declarada como una zona de desarrollo turístico prioritario permite ser posicionada como un destino tanto para turistas nacionales como internacionales, destacando a su vez la integración de los diferentes protagonistas del sector turístico, comercial, cultural y educativo, con el fin de ser un pionero en lo referente al desarrollo no solo de la ciudad sino del país. Para llevar a cabo este proceso, el Concejo de Bogotá respalda sus actividades con el artículo 18 de la Ley 300 de 1996 que se orienta al desarrollo turístico prioritario y la determinación de zonas de desarrollo turístico donde se integran aspectos relacionados con el uso de suelo y el apoyo local en la dotación de las áreas destinadas.

9.2.1.2 Decreto 229 de 2017. Se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción Registro Nacional de Turismo.

9.2.1.3 Economía naranja. Con esta iniciativa del actual gobierno, se busca la integración de los artesanos a la actividad no solo comercial sino tradicional y turística, por lo tanto, se han consolidado a partir de jornadas de recolección de información desarrolladas en el marco de proyectos de Artesanías de Colombia S.A., así como en la realización de eventos feriales de exhibición y comercialización de artesanías, en la localidad de la Candelaria, se destaca el proyecto: FORJA Y TELA SOBRE TELA.

9.2.1.4 Plan sectorial de turismo 2018–2022 “Turismo: El propósito que nos une”. Dentro de este se plantean los diversos y propósitos que se tienen para la actividad turística dentro de un periodo de tiempo.

9.2.1.5 Política pública distrital de turismo. Dentro de la política distrital de turismo, se establece como prioridad la preservación del patrimonio, por lo tanto, desde el año 2017 esta localidad ha atravesado cambios como lo son la restauración de las fachadas, sin llegar a afectar su composición y/o valor turístico, el arreglo de los huecos de las vías, el refuerzo de la seguridad y darle vida al Chorro de Quevedo, todo esto se ha realizado a lo largo de estos años con el propósito de recuperar la mayoría de inmuebles en la zona, de igual forma en los proyectos se ha visto envuelta de igual forma la comunidad local y propietarios.

9.2.1.6 Plan de desarrollo local de la Candelaria 2017-2020 “Candelaria mejor para todos”. Plataforma territorial para garantizar el desarrollo inclusivo y la innovación social”. Este reúne el referente de las acciones y políticas de la administración local.

9.2.1.7 Gobernabilidad. El desarrollo óptimo de la actividad turística no solo es responsabilidad del gobierno, por lo que a su vez varias instituciones del gremio se han involucrado para apoyar la actividad ya sea en materia de formación y de reglamentación. Algunas de ellas son:

- **ANATO:** Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo.
- **FONTUR:** Fondo nacional de turismo.
- **COTELCO:** Asociación hotelera y turística de Colombia.
- **Ministerio de industria, comercio y turismo:** Controla y asegura el buen desarrollo de la actividad turística.
- **Instituto Distrital de Patrimonio Cultural:** Este instituto se encarga de la ejecución de políticas, planes y proyectos para el ejercicio efectivo de los derechos patrimoniales y culturales de los habitantes de la ciudad de Bogotá.

9.2.1.8 Clúster de La Candelaria. Asociación que agrupa a diferentes asociaciones de Prestadores de Servicios Turístico de la localidad de La Candelaria. Actualmente hacen parte del Clúster la Asociación de Restaurantes de La Candelaria –ARCA, la Asociación Colombocandelaria de Agencias de Viajes -ACCAVI, la Asociación de Hostales de La Candelaria -ASACAN, y la asociación de Artesanos.

9.2.2 Aspectos tecnológicos.

Actualmente, se hace uso de recursos tecnológicos apoyados por plataformas como las redes sociales para difundir y programar eventos en torno a la actividad turística, esto con el propósito de llegar a la demanda potencial.

9.2.2.1 La implementación de las TIC. El mercado ha cambiado y se ha enfocado en el uso de plataformas tecnológicas no solo para promocionar productos sino destinos, por lo tanto, en varios establecimientos ya sean de restauración y/o alojamiento se han implementado este tipo de herramientas para facilitar los procesos de acercamiento con el turista. De igual forma en los puntos de información turística ubicados por el Instituto Distrital de Turismo, cuentan con una estructura que permite a los turistas acceder a la información del destino con el uso de herramientas tecnológicas.

9.2.2.2 Plataformas de opinión. Hoy día los turistas antes de visitar un destino desean conocer la opinión de terceros acerca de cómo es la experiencia y que recomendaciones reciben, se usan aplicaciones como lo son TripAdvisor, Google Reviews y Whrrl.

- La localidad cuenta con un punto de información turística dotado de alta tecnología para proporcionar información al turista.
- La Alcaldía de Bogotá diseñó una estrategia digital orientada a la creación de una aplicación que permita al turista orientarse, conocer y programar las actividades a realizar en la ciudad, esta incluye museos, restaurantes, atractivos turísticos, etc.

9.2.3 Aspectos sociales.

9.2.3.1 Desempleo. La cantidad de hogares que se consideran pobres en la localidad de La Candelaria disminuyó 42,2%, al pasar de 2.366 en 2014 a 1.368 hogares en 2017. Esta cantidad representan 13,5% del total de la localidad, mientras que el restante 86,5% (8.738 hogares) no se consideran pobres. La población económicamente activa de la localidad cerca del año 2017 fue de 11.345 en comparación a 1060 personas desocupadas. Esto representa el 0,3% del total de ocupados de toda la ciudad.

9.2.3.2 Educación. Esta localidad cuenta con las mejores coberturas de educación en todos los niveles de escolaridad.

9.2.3.3 Seguridad. Ha existido un aumento en el hurto de personas, hurto a residencias y lesiones comunes.

9.2.3.4 Cultura. La oferta cultural de la localidad se encamina a la inclusión de la comunidad a través de eventos que integren diferentes áreas artísticas, con el fin de aumentar el acercamiento de los ciudadanos tanto en el marco de la preservación de la cultura y la participación y apropiación de esta.

9.2.3.5 Cambios en los estilos de vida de los turistas. Hoy día las personas son más abiertas a involucrarse en el intercambio cultural, esto con el fin de acumular diferentes tipos de experiencias, unos de estos es estar en contacto con el medio ambiente y fuera de su zona de confort.

9.2.3.4 Patrones de compra de los consumidores. Los patrones de compra actuales en el sector han cambiado ya que las personas no solo buscan satisfacer sus necesidades, sino que se superan sus expectativas al momento de adquirir un producto o servicio (Manejo de tecnologías, experiencias, espacios agradables y amigables con el medio ambiente, calidad a bajo precio, personalización en los productos)

La localidad de La Candelaria ofrece una variedad de atractivos, servicios, productos que generan gran atracción por parte de turistas nacionales e internacionales. El centro histórico como territorio de formación de la ciudad cuenta con una arquitectura, tradición y patrimonio vivo que genera gran atracción para los turistas que lo visitan.

9.2.4 Económico.

- Para el año 2020, la Secretaría Distrital de Gobierno señaló a la localidad de la Candelaria por la baja ejecución presupuestal señalando que está por debajo del 25% de su asignación que fueron 122.963 millones.
- Para la reactivación de la economía en la localidad luego de la cuarentena impuesta por el gobierno nacional como consecuencia de la pandemia, establecimientos de restauración y artesanías se unieron a la estrategia “Bogotá a cielo abierto”, logrando así que cerca de 10.000 empleos se reactivaran.
- Con la situación actual ocasionada por la pandemia (COVID-19) se desarrolló una iniciativa llamada: Cultura local, que busca dar apoyo y fortalecimiento los procesos productivos de los actores que desarrollan actividades en el campo de las artes, patrimonio y cultura, la localidad de la Candelaria recibirá este apoyo para nueve microempresas (\$5'000.000) y dos para agrupaciones de la misma (\$19'000.000).

9.3 Matriz DOFA

El análisis de los factores tanto internos como externos que afectan el destino (Centro Histórico de la Candelaria) permite identificar oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas derivadas del entorno, las cuales deben ser objeto de constante seguimiento por su influencia directa o indirecta en el desarrollo de la localidad, permitiendo a las mismas

reaccionar y adaptarse a los cambios del entorno orientado en la prestación de servicios turísticos y calidad en los productos turísticos ofrecidos.

Tabla 2.

Evaluación de oportunidades y amenazas.

Tabla de evaluación	Probabilidad de ocurrencia			Impacto en el destino				Valor ponderado del factor
	Factores	Alta (3)	Media (2)	Baja (1)	Muy positivo (2)	Positivo (1)	Negativo (-1)	
Económicos								
Deflación.			1				-2	-2
Crisis económica.	3						-2	-6
Mercadológicos								
Aparición de nuevos turistas.	3			2				6
Concentración de turistas.	3			2				6
Reconocimiento de la actividad turística.	3			2				6
Exigencias crecientes en calidad de los servicios.	3			2				6
Demanda insatisfecha.		2					-2	-4
Nuevos entrantes.		2				-1		-2
Oferta gastronómica	3			2				6
Volatilidad del mercado ante cierres y cuarentenas.	3						-2	-6
Sociales								
Aumento de la población flotante (estudiantes, funcionarios, trabajadores).	3			2				6
Involucramiento de la comunidad	3			2				6

en la actividad turística.								
Cambios en el tipo de experiencia.		2			1			2
Problemáticas sociales (Pobreza, desplazamiento forzado, violencia)	3						-2	-6
Cierre de establecimientos de alojamiento y restauración debido a la contingencia actual.	3						-2	-6
Tecnológicos								
Fácil adaptación de las tecnologías.		2		2				4
Certificación como área sostenible.	3			2				6
Político								
Estrategia: “Bogotá a cielo abierto”	3			2				6
Apoyo del gobierno para promover el turismo.		2		2				4

Nota: Elaboración propia.

Tabla 3.

Evaluación de fortalezas y debilidades.

Tabla de evaluación	Probabilidad de ocurrencia			Desempeño del destino				Valor ponderado del factor
	Alta (3)	Media (2)	Baja (1)	Muy bueno (2)	Bueno (1)	Deficiente (-1)	Muy deficiente (-2)	
Habilidad de relación con el cliente.	3				1			3

Responsabilidad con los turistas.		2			1			2
Potencial enfocado a la cultura y folklore		2		2				4
Uso del lenguaje técnico.	3						-2	-6
Interés por desarrollar la actividad turística con base en nuevas experiencias.		2		2				4
Acogida hacia el mercado por medio de la integración de nuevos servicios.	3			2				6
Conocimiento del destino (atractivos, servicios, accesibilidad)		2		2				4
Informalidad en la ejecución de los servicios de guianza.	3						-2	-6
Accesibilidad.	3						-2	-6
Variabilidad en la oferta de las diferentes tipologías de patrimonio.	3			2				6
Falta de directorios turísticos y bases de datos consolidadas.		2					-2	-4
Poca señalización y vallas de información turística.	3						-2	-6
Amplio portafolio de servicios.		2			1			2

Asociatividad del sector.		2					-2	-4
Instalaciones / Infraestructura (Servicios)		2			1			2
Interacción entre la comunidad y entes responsables de la actividad turística.		2					-2	-4
Capacidad de carga.	3			2				6
Prestadores de servicios propios del destino.	3			2				6
Crecimiento sostenido.		2			1			2
Capital intelectual (Prestadores de servicios)		2			1			2
Bajos niveles de servicio y atención al cliente por parte de prestadores de servicios turísticos.		2					-2	-4

Nota: Elaboración propia.

9.4 Matriz FODA

En aras del manejo del espacio en el presente documento, y de su entendimiento, la estructuración de la siguiente matriz, resulta de cruzar en primera instancia las fortalezas con las oportunidades que se llaman iniciativas FO y las oportunidades con las debilidades estas se llaman DO, amenazas y fortalezas estrategias FA, a continuación, el listado de los diferentes grupos:

9.4.1 Fortalezas.

1. Interés por desarrollar la actividad turística con base en nuevas experiencias aprovechando el potencial del destino, orientado a la realización de nuevos productos que integren aspectos experienciales.

2. Potencial enfocado a la cultura y folklore dada su gran riqueza patrimonial y representativa en la historia de la ciudad.

3. Disposición de prestadores turísticos hacia la adopción de nuevas tecnologías hacia la integración de servicios en una oferta diferenciada.

4. Conocimiento base del destino orientado a la información pertinente de atractivos, servicios, accesibilidad.

5. Los diferentes prestadores de servicios turísticos de la localidad manejan no solo una tipología de patrimonio, sino que ofrecen una oferta variada de acuerdo con servicio turístico que ofrecen.

6. Reconocimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de los límites y capacidad de carga de los diferentes atractivos que componen el destino para ser sostenible en el largo plazo.

7. La mayoría de los prestadores de servicios hacen parte de la comunidad local, esto representa un mayor grado de apropiación por parte de los mismos logrando una mejor transmisión de la cultura.

8. Exigencias crecientes en calidad de los servicios debido a la evolución de la actividad dado que los turistas demandan servicios que sean innovadores y experienciales.

9.4.2 Oportunidades.

1. Reconocimiento de la actividad turística como un representante en la economía local por parte de la comunidad permitiendo una unión por parte de esta para la reactivación del destino.

3. Apoyo del gobierno para promover el turismo por medio de la integración de estrategias que involucren la disminución de obligaciones tributarias a diversos elementos que componen la actividad turística.

4. La llegada de población flotante a La Candelaria, conformada principalmente por estudiantes, funcionarios y trabajadores, entre otros, tiene gran influencia en el desarrollo de actividades económicas dentro de la localidad.

5. Mayor concentración de turistas es en el Chorro de Quevedo, por lo tanto, es el principal lugar que permite un mayor intercambio cultural ya que se involucran diferentes aspectos como lo es el gastronómico, cultural e histórico.

6. Oferta gastronómica variada, en la cual se ve representada gran parte del patrimonio de la ciudad, dando así un valor agregado para quienes visitan el Centro histórico de La Candelaria.

7. Disponibilidad de tecnologías y aplicaciones (TIC) fácilmente adaptables a las necesidades del sector turístico (temas de capacitación, orientación, información).

8. Certificación como área sostenible, esto significa a su vez una mejora en la vocación de servicio al cliente y excelencia en la calidad de los servicios ya que permite la implicación de prácticas y estándares de turismo sostenible.

9. Para lograr una reactivación de la actividad turística en la localidad, el distrito desarrolló la estrategia “Bogotá a cielo abierto”. Esta permite innovar en la prestación del servicio de restauración para brindar otro tipo de experiencias al turista.

9.4.3 Debilidades.

1. La accesibilidad es limitada debido a daños que se presentan para transitar, de carácter tanto peatonal como vehicular. De igual forma debido a la estructura de las vías es un impedimento al momento de desarrollar recorridos con niños y con personas condiciones de discapacidad.

2. Mal uso del lenguaje técnico orientado a la actividad turística ya que no hay una claridad del significado de ciertos conceptos en lo referente a temas de apropiación.

3. Poca señalización y vallas de información turística a lo largo del Centro histórico, de igual forma, la señalización ya existente se encuentra en mal estado.

4. Poca participación de la comunidad local en actividades de aprendizaje y capacitación propuestas por el Instituto Distrital de Cultura.

5. Bajos niveles de servicio y atención al cliente por parte de prestadores de servicios turísticos.

7. Asociatividad del sector, dado que en la localidad no se realiza un trabajo cooperativo por parte de los actores que se ven involucrados en la actividad turística, ya que la mayoría busca enfocarse en su propio producto.

8. Personas pertenecientes a áreas ajenas a la guianza (historiadores, filósofos) llegan a la localidad a ejercer esta actividad informalmente.

9.4.4 Amenazas.

1. La crisis económica que enfrenta la localidad de la Candelaria de acuerdo a la situación actual (COVID-19).

2. Demanda insatisfecha.

3. Dada la problemática social (pobreza, desplazamiento forzado, migración, violencia) se presentan altos niveles de inseguridad los cuales dificultan el desarrollo de la actividad turística.

4. Nuevos entrantes ajenos a la representación local se pueden convertir en una competencia directa contra los hoteles dificultando el desarrollo formal de la actividad.

5. Cierre de establecimientos de alojamiento y restauración trayendo como consecuencia una volatilidad del mercado ante la situación económica actual.

A continuación, se presenta el cruce de las diferentes variables, con el fin de presentar estrategias que permitan la mejora y fortalecimiento de los factores que benefician la actividad turística en el Centro Histórico de la Candelaria orientados a procesos de apropiación para el reconocimiento de la cultura turística.

9.4.5 Estrategias FO.

(F4-O5) Fortalecimiento de los productos con los que cuenta el destino y a su vez abrir paso a la exploración de nuevos productos, para que de esta forma exista una ampliación del portafolio de productos orientados al desarrollo de la actividad turística.

(F1-O8) Debido a la situación actual y en el compromiso por reactivar la economía, se debe desarrollar una estrategia de promoción con base en la certificación como área sostenible que posee la Candelaria para mantener la ventaja competitiva, esto permite que sea reconocido como un destino que ofrece servicios de calidad.

(F3-O7) Diseñar productos diferenciados con base en la oferta y características de la localidad cuya promoción y distribución pueda facilitarse con el uso de las TIC. (Acceder por medio de canales cortos: Canales de reservas..., páginas y todo ese tipo de cosas). Accesibilidad electrónica.

(F4-O3) Mayor aprovechamiento de los recursos ofrecidos por los entes públicos con base al desarrollo de un trabajo colaborativo de los que intervienen en el sector turístico.

(F3-O6) Al contar con una gastronomía típica del lugar debe desarrollarse un proceso de apropiación en donde se maximice lo existente y se indague acerca de lo que puede ofrecer el Centro histórico de La Candelaria respecto a la gastronomía.

(F1-O5) Dada la ubicación estratégica del centro histórico de la capital del país, se puede aumentar la demanda turística, permitiendo así la visita continua tanto nacional como internacional.

(F2-O4) Con el gran porcentaje de población flotante se pueden desarrollar eventos masivos que no solo integren a la comunidad sino lleguen a su vez a los turistas.

9.4.6 Estrategias FA.

(F1-A1) Integración de medidas institucionales que apoyen la identificación de las necesidades y experiencias que se pueden implementar para satisfacer la demanda potencial e insatisfecha.

(F7-A5) Llevar a cabo estrategias que integren a la comunidad local en el proceso de reactivación de la actividad turística y prestación de servicios del destino. Esto con el fin de que la economía se posicione nuevamente, otro aspecto beneficioso es la presencia de un mayor interés por parte de la comunidad para integrarse en el desarrollo turístico de la localidad.

(F8-A1) Fortalecimiento de los conocimientos del turismo frente a la realidad del sector en la localidad de modo tal que la población local esté en relación directa con el turista y así facilitar los servicios y productos turísticos, todo esto debe verse respaldado por las organizaciones oficiales.

(F4-A3) Generación de alianzas con los nuevos entrantes en la localidad para que dentro sus procesos existan una integración de miembros de la comunidad local que cuenten con los conocimientos del destino.

9.4.6 Estrategias FA.

(F1-A1) Integración de medidas institucionales que apoyen la identificación de las necesidades y experiencias que se pueden implementar para satisfacer la demanda potencial e insatisfecha.

(F7-A5) Llevar a cabo iniciativas de integración para la comunidad local en el proceso de reactivación de la actividad turística y prestación de servicios del destino. Esto con el fin de que la economía se posicione nuevamente, otro aspecto beneficioso es la presencia de un

mayor interés por parte de la comunidad para integrarse en el desarrollo turístico de la localidad.

(F8-A1) Fortalecimiento de los conocimientos del turismo frente a la realidad del sector en la localidad de modo tal que la población local esté en relación directa con el turista y así facilitar los servicios y productos turísticos, todo esto debe verse respaldado por las organizaciones oficiales.

(F4-A3) Generación de alianzas con los nuevos entrantes en la localidad para que dentro sus procesos existan una integración de miembros de la comunidad local que cuenten con los conocimientos del destino.

9.4.7 Estrategias DO.

(D5-O8) Se deben integrar procesos que permitan a los prestadores de servicios turísticos, adoptar un interés continuo en su proceso de preparación, en la cual se fortalezcan aspectos claves y necesarios que se requieren en el momento de la prestación del servicio.

(D8-O2) Realizar un seguimiento en los procesos de capacitación, y de esta forma dar paso a la integración de estrategias facilite el recibimiento de información por parte de los actores que intervienen en la actividad turística.

(D1-O5) Implementar procesos de mejora en la infraestructura turística, dado que al contar con una gran variedad de atractivos es necesario que cualquier visitante pueda disfrutar de ellos y ser partícipe de la actividad.

(D3-O7) Implementación de señalización y vallas turísticas brindarán la posibilidad de que los visitantes puedan acceder a estos sin ningún grado de dificultad y será más fácil encontrar otros atractivos turísticos.

(D2-O3) Implementar actividades de fortalecimiento de conocimientos de los prestadores de servicios y la comunidad local, apoyando la generación de alianzas para que de esta forma se genere una mayor inversión en materia turística.

(D4-O1) Consolidación de todos los elementos que componen la oferta, con respecto a calidad, buen servicio y aún más importante incentivar a la comunidad local para que se desarrolle una apropiación frente al destino.

9.4.8 Estrategias DA.

(D6-A2) Gestionar un control, dentro del cual se encuentren descritos todos los procesos (positivos y negativos) que pudieran afectar el centro histórico de La Candelaria, esto

permitirá que todo lo que se busque implementar en el destino se controle y esto permita un mayor acercamiento a lo que este necesita, no solo en materia de atractivos sino en la apropiación y trasmisión del patrimonio.

(D7-A5) Establecer una política donde se integren parámetros respecto al cuidado del entorno, social, natural y/o cultural del centro histórico de La Candelaria, esto deberá ser adoptado por todos los nuevos entrantes. Permitirá que al integrarse en el desarrollo económico organizado que brinde un mayor beneficio.

(D3-A1) Establecer estrategias publicitarias las cuales vayan encaminadas en la mejora de señalización turística, para el reconocimiento e interés por parte de los turistas acerca de turismo histórico, religioso, cultural y gastronómico.

(D4-A3) A todas los que intervengan en la actividad turística se les debe dar a conocer la importancia de la conservación y de minimizar todos aquellos impactos negativos, con una pequeña guía de todas aquellas acciones que debe de realizar y hacer, a su vez, invitar al turista a tener una conciencia sobre la reducción de los desechos y la protección del ambiente para minimizar los impactos que pueda sufrir la localidad.

(D4-A5) Fortalecer los mecanismos de trabajos en red de modo que los servicios cuenten con ciertos estándares de calidad para la prestación de los servicios, es decir, trabajo conjunto para que exista una mayor concentración en la ejecución de los productos.

10. Capítulo II - Percepción de los turistas con respecto a la apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Dentro del siguiente capítulo se analizará la opinión que tienen los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria acerca de los prestadores de servicios turísticos y como a su vez estos reconocen si los mismos cuentan con cultura turística; esto con el propósito de obtener información acerca de la relación entre los turistas y todos aquellos actores que intervienen en el desarrollo de la actividad turística, de igual forma captando la influencia de la cultura turística en la relación turista-comunidad local.

Para contextualizar y apoyar la información recolectada, se tienen en cuenta aspectos como, la cantidad de turistas que llegan a la ciudad de Bogotá, tipo de alojamiento, motivos de viajes, etc. Se toma como referencia la información obtenida del Instituto Distrital de Turismo, dentro de las cifras que respaldan la investigación, se puede encontrar.

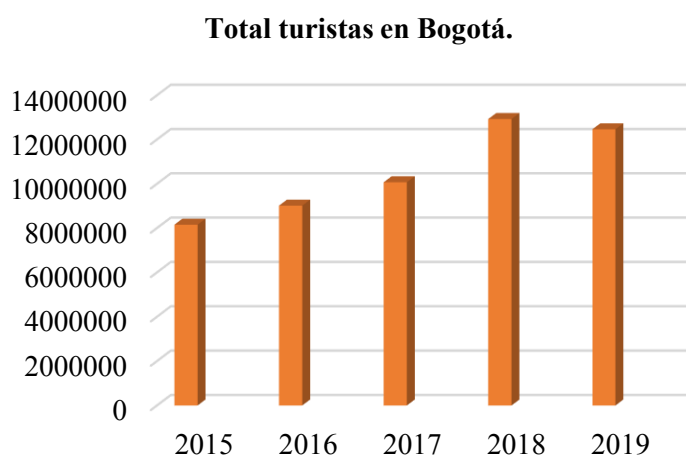


Figura 8. Total, turistas en Bogotá. Instituto Distrital de Turismo (2020).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Encuesta Viajeros 2019, a Bogotá la visitaron 12.462.731 turistas, con un crecimiento del -3,6% en relación con el 2018.

Alojamiento turistas internacionales.

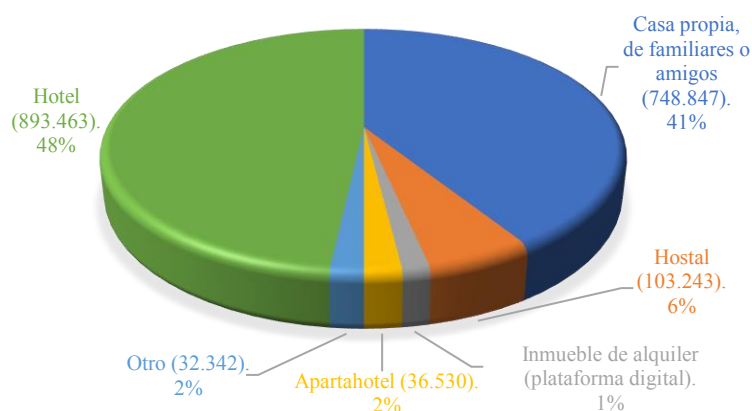


Figura 9. Alojamiento turistas internacionales. Instituto Distrital de Turismo (2020).

Según la investigación realizada por el Instituto Distrital de Turismo donde se tomó como base la encuesta realizada a turistas internacionales cabe destacar que:

La mayoría de los turistas internacionales se hospedaron en hotel durante el año 2019, representado el 46,9%; esta participación disminuyó en 3,1 puntos porcentuales con respecto al año 2018, el 39,3% se alojó en casa de familiares y amigos en 2019, mientras que para el 2018 este porcentaje fue de 38,8%, es decir decreció en 0,05 puntos porcentuales; el 5,4% se hospedó en hostal, participación que también disminuyó en 0,07 puntos con respecto al año anterior. Similar al año 2018 el 4,7% se hospedó en inmueble de alquiler y así mismo, el 1,9% en aparta hotel (p. 39).

Alojamiento turistas nacionales.

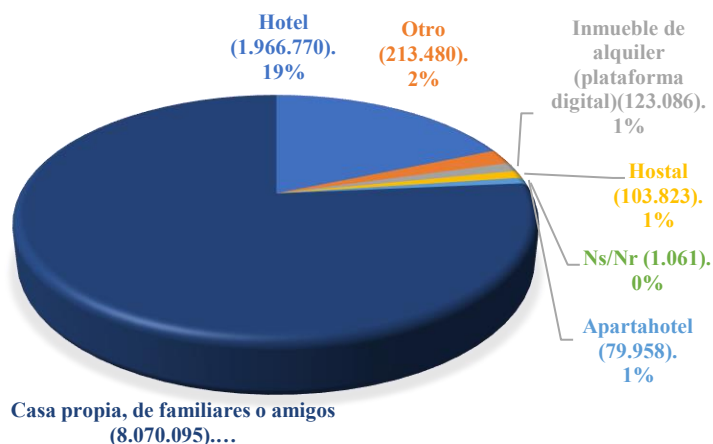


Figura 10. Alojamiento turistas nacionales. Instituto Distrital de Turismo (2020).

Por otro lado, cabe destacar que los turistas nacionales prefieren otras opciones de alojamiento, tal como lo describe la investigación.

El 76,4% de los turistas nacionales señaló que el lugar de alojamiento que prefirieron al visitar Bogotá fue la casa de familiares o amigos, esta participación se mantuvo constante según lo obtenido en 2018. El 18,6% de esta subpoblación se alojó en hotel y disminuyó en 1,2 puntos porcentuales con respecto al año 2018. Cercano a lo ocurrido en 2018, el 1,2% se alojó en inmueble de alquiler, el 1% se hospedó en hostel y el 0,8% se hospedó en apartahotel (p. 40).

Es importante para la investigación, reconocer las motivaciones de viaje de los turistas tanto nacionales como internacionales.

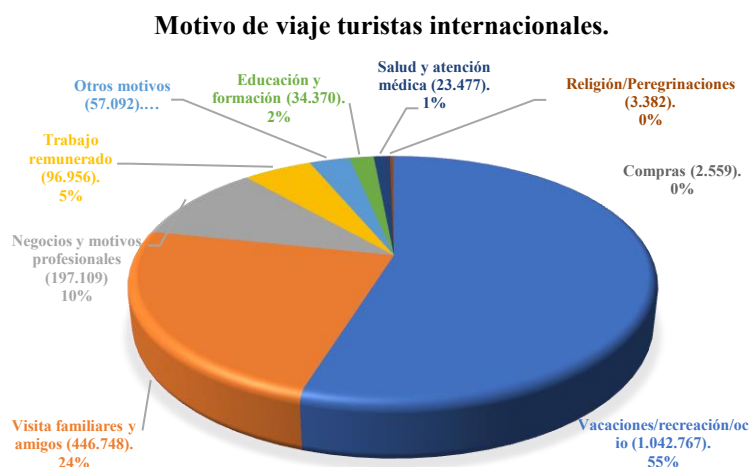


Figura 11. Motivo de viaje turistas internacionales. Instituto Distrital de Turismo (2020).

Cabe destacar que, la mayor parte de los turistas internacionales visitó Bogotá por motivo de vacaciones, recreación y ocio (54,8%), como segunda motivación de esta subpoblación fue la intención de visitar a familiares y amigos (23,5%). A diferencia de los turistas nacionales, se observó que los turistas internacionales visitan Bogotá en un porcentaje más alto por motivos profesionales y de negocios (10,3%). La participación de turistas internacionales que visitó la ciudad por trabajo remunerado aumentó fue de 5,1%. Los motivos de educación y formación (1,8%), salud y atención médica (1,2%), religión, peregrinaciones (0,2%) y compras (0,1%) son los que tienen la menos participación. (Instituto distrital de turismo, 2019, p.28).

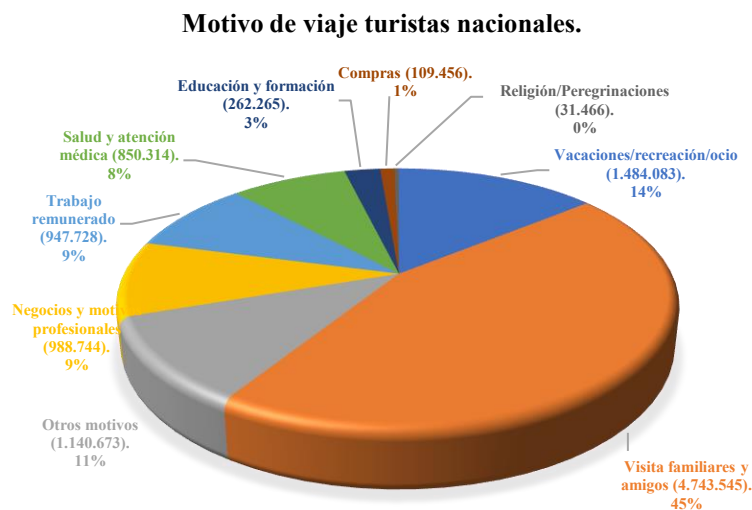


Figura 12. Motivo de viaje turistas nacionales. Instituto Distrital de Turismo (2020).

Se resalta que, la principal motivación para los turistas nacionales, al igual que el año 2018, fue la visita a familiares y amigos, representada con un 44,9%, en segundo lugar, se encuentra vacaciones, recreación y ocio con una participación del 14,1%.

Para dar un mayor reconocimiento de la experiencia que tuvo el turista en la ciudad y en cada una de las actividades ya sea de manera general u orientada a la actividad turística, el Instituto Distrital de turismo, realizó una encuesta para los viajeros que llegaron a Bogotá orientada a si estos regresarían, se obtuvieron los siguientes resultados.

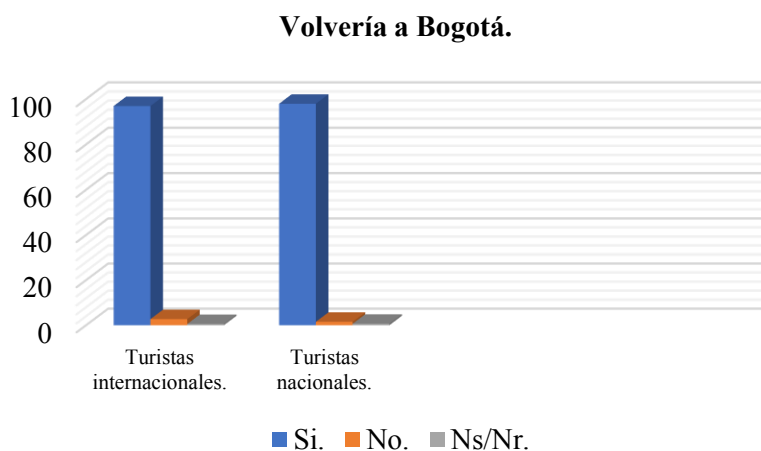


Figura 13. Volvería a Bogotá. Instituto Distrital de Turismo (2020).

La pregunta, si volverían o no a Bogotá, el 97,9% de los turistas nacionales contestaron que sí y el 1,5% señalaron que no volvería a la ciudad. Con relación a los turistas internacionales, el 96,9% indicó que si volvería a Bogotá y el 2,7% no volvería a la ciudad.

Esto representa a la vez que durante el tiempo que visitaron la ciudad fuera cual fuera su motivo de viaje obtuvo mayormente una buena experiencia.

10.1 Análisis de encuestas

Para el desarrollo y análisis del segundo capítulo se llevaron a cabo encuestas a los turistas para conocer su percepción en lo referente a cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos. ([Ver Anexos](#)).

1. ¿Ha recibido algún tipo de ayuda en lo referente a indicaciones y/o información general de parte de la comunidad local y/o trabajadores del Centro histórico de la Candelaria?

Tabla 4.

Ayuda a los turistas por parte de la comunidad local.

Si	21	58,3%
No	15	41,7%

Nota: Elaboración propia.

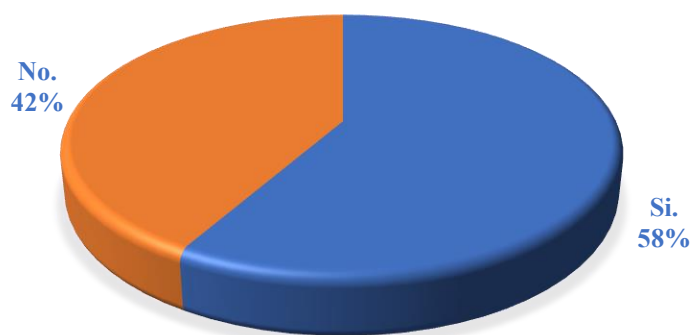


Figura 14. Recibimiento de ayuda a turistas por parte de la comunidad local. Elaboración propia (2020).

Se puede concluir de acuerdo a la información obtenida que, con respecto a la actividad turística, los turistas que han requerido información o ayuda la han recibido sin problema por parte de algún actor directo o indirecto perteneciente a la localidad de La Candelaria (59,3%), por otro lado, cabe destacar que una gran parte de turistas (41,7%) no han recibido ayuda por parte de ninguno de los actores previamente mencionados. Dentro de este porcentaje, se puede recalcar que no todos los que seleccionaron esta opción necesitaron ayuda en algún momento dentro de la visita al destino. Esto demuestra que las personas de la localidad están

dispuestas a respaldar la experiencia del turista en el proceso de brindar información de carácter básico sobre el Centro histórico de La Candelaria.

Tabla 5.

Actitud de los actores al momento de brindar ayuda.

Amable.	14	42%
No se la brindaron muy bien.	4	8%
Tuvo un costo exagerado.	0	-
Se la brindaron de manera incompleta.	3	6%
No ha solicitado ayuda.	15	44%

Nota: Elaboración propia.

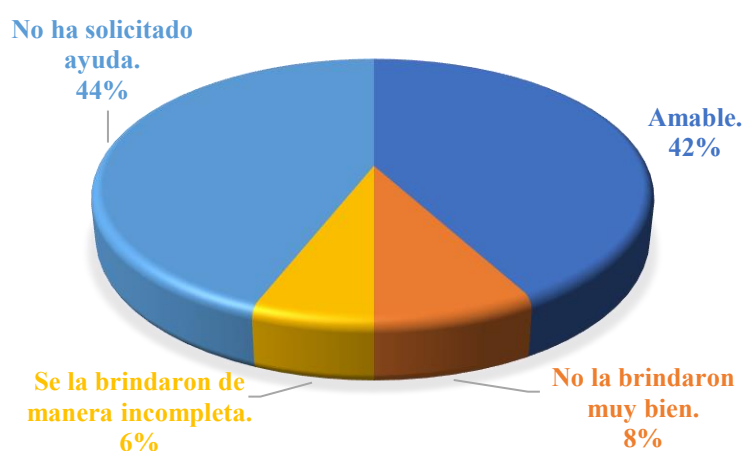


Figura 15. Actitud de los actores de la localidad de la Candelaria al momento de brindar información a los turistas. Elaboración propia (2020).

Con base en la respuesta, se les solicitó a los participantes de la encuesta que calificaran con cuatro opciones como fue su percepción en lo que respecta a la ayuda que se le prestó. Mayormente, los turistas la calificaron como “Amable” (42%) se puede reflejar que a pesar de no ser profesionales de turismo ofrecen una ayuda de manera amigable, por otro lado la encuesta mostró que en muchos casos a pesar de que se ofrezca la ayuda, ésta se transmite de manera incompleta (8%), esto representa que la comunidad está dispuesta a ayudar, pero en muchos casos no cuentan con el suficiente conocimiento para guiar a los turistas; pero si les sirven de un mediano apoyo. En última instancia, se encuentra con el 6% una atención deficiente por parte de algunos actores de la localidad. Como otra opción se encontraba “Tuvo un costo exagerado” la cual no obtuvo ninguna calificación representando así que se ven involucrados en la experiencia del turista sin buscar alguna retribución económica. Donde un 44% de los encuestados rectificó no haber solicitado algún tipo de ayuda.

2. Si desconoce algo sobre ubicación de atractivos y servicios turísticos ¿A quién solicita ayuda?

Tabla 6.

Actores a los que se solicita ayuda en el Centro Histórico de la Candelaria.

Pobladores y/o transeúntes.	14	38,9%
Prestadores de servicios turísticos.	12	33,3%
Personal policial.	4	11,1%
Instituciones relacionadas al turismo.	6	16,7%

Nota: Elaboración propia.



Figura 16. Actores a los que se solicita ayuda en el Centro Histórico de la Candelaria. Elaboración propia (2020).

Un 38,9% de los turistas encuestados solicitan ayuda en pobladores y/o transeúntes, el 33,3% en prestadores de servicios turísticos, un 16,7% en Instituciones relacionadas al turismo y un 11,15% en personal policial.

Los resultados anteriores reflejan que existe un alto porcentaje de interacción entre los turistas y la comunidad receptora, dejando de lado a las Instituciones relacionadas con el turismo, esto demuestra que existe aún mayor confianza hacia la comunidad local, buscando ayuda no solo de los trabajadores de esta localidad sino de los mismos pobladores, por otro lado, cabe resaltar que un aspecto que permite la mayor interacción entre turistas y comunidad receptora es la presencia constante de estos últimos en las calles de la localidad. De igual forma, se puede observar que las instituciones de turismo y los integrantes del sistema policial presentan un grado menos de confiabilidad ya sea por su ubicación o disponibilidad.

3. ¿Qué tan hospitalarios considera usted que son los prestadores de servicios turísticos?

Tabla 7.

Hospitalidad en los prestadores de servicios turísticos.

Muy agradable.	7	19,4%
Agradable.	19	52,8%
Medianamente agradable.	10	27,8%
Insatisfactorio.	0	-
Muy insatisfactorio.	0	-

Nota: Elaboración propia.

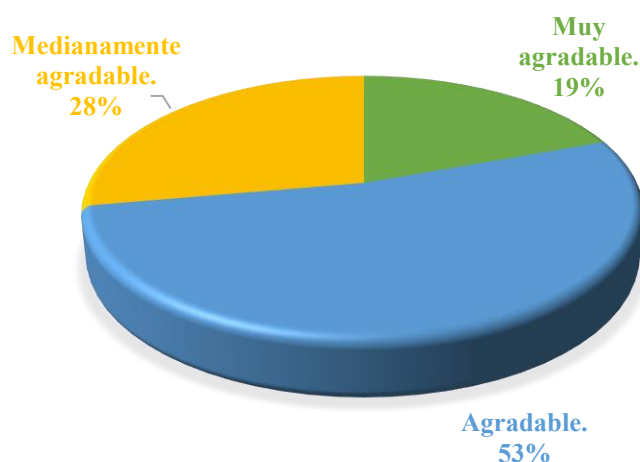


Figura 17. Hospitalidad en los prestadores de servicios turísticos. Elaboración propia (2020).

Se puede concluir que a nivel general el nivel de hospitalidad que manejan los prestadores de servicios turísticos en la Candelaria es bueno, ya que como se refleja en los resultados de la encuesta, se obtuvo respuesta en los aspectos relacionados con la prestación de un servicio agradable, un 52,8% calificó la hospitalidad como agradable, seguido de un 27,8% donde los turistas consideraron la hospitalidad como medianamente agradable y por último un 19,4% que la consideró muy agradable, esto demuestra que a pesar de que hay una buena relación entre los turistas y los prestadores de servicios turísticos se encuentran algunas falencias en el proceso de prestación de los diferentes tipos de servicios.

4. ¿Sobre qué temas suele solicitar ayuda?

Tabla 8.

Temas sobre los que se solicita ayuda por parte de los turistas.

Información sobre atractivos turísticos.	12	33,3%
Información sobre servicios turísticos.	4	11,1%

Información acerca del Centro histórico.	16	44,4%
Información sobre Instituciones en la localidad.	4	11,2%

Fuente: Elaboración propia.

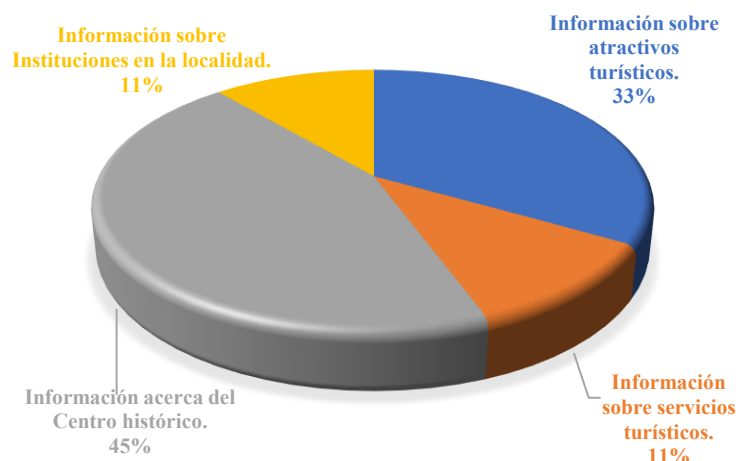


Figura 18. Temas sobre los que se solicita ayuda por parte de los turistas. Elaboración propia (2020).

Un 44,4% de los encuestados solicitó información acerca del Centro histórico, un 33,3% sobre atractivos turísticos, un 11,1% información sobre servicios turísticos, y un 11,2% acerca de Instituciones en la localidad, estos resultados dan vista de que la comunidad en general y no solo los prestadores de servicios del Centro histórico de la Candelaria deben manejar este tipo de información como parte de sus conocimientos básicos para poder hacerla llegar a quienes en algún momento lleguen a solicitarla, más específicamente los turistas que llegan hasta el Centro histórico.

5. Si solicitó algún servicio o algún producto en el Centro histórico de la Candelaria. ¿Cómo calificaría la vocación de servicio de las personas que lo atendieron?

Tabla 9.

Vocación de servicio de los actores involucrados en la actividad turística en la Candelaria.

Bueno.	30	88,2%
Malo.	4	8,9%
Regular.	2	2,9%

Nota: Elaboración propia.

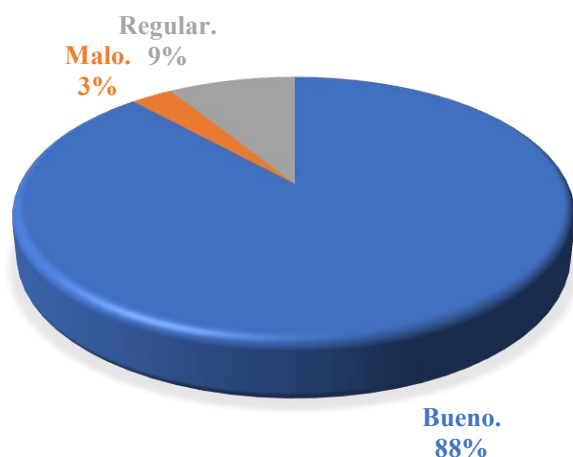


Figura 19. Vocación de servicio de los actores involucrados en la actividad turística en la Candelaria. Elaboración propia (2020).

Como se refleja en el gráfico, la mayoría de los encuestados consideran que la vocación de servicio manejada en el Centro histórico es generalmente buena (88,2%) seguido por un resultado de 8,9% donde se percibe un nivel regular, dejando de ultimas, un 2,9% que lo considera como un factor negativo, esto demuestra que, para la percepción de los turistas, existe un grado de interés y disposición en el ejercicio de la actividad turística.

6. ¿Cómo considera la información que manejan los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de la Candelaria en relación a atractivos y servicios turísticos?

Tabla 10.

Manejo de información respecto a temas turísticos por parte de los prestadores de servicios en el Centro Histórico de la Candelaria.

Es completa.	15	41,7%
Básica.	21	58,3%
Mala.	0	-

Nota: Elaboración propia.

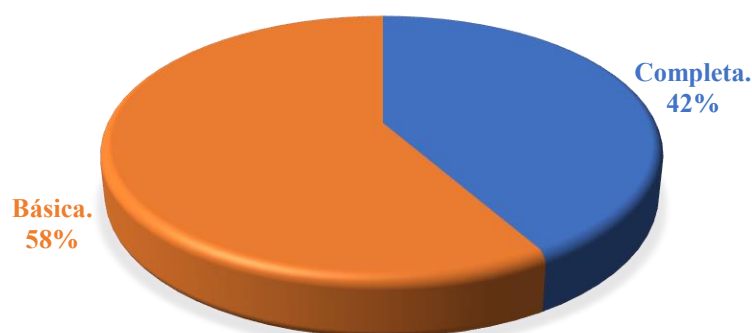


Figura 20. Manejo de información respecto a temas turísticos por parte de los prestadores de servicios en el Centro Histórico de la Candelaria. Elaboración propia (2020).

Un 58,3% de turistas encuestados perciben como básica la información que manejan los prestadores de servicios turísticos del Centro histórico de la Candelaria respecto a su entorno y caracterización, un 41,7% percibe que la información es totalmente completa, y ninguno de los encuestados la percibe como mala. Esto significa que la mayoría de los prestadores cuenta con conocimientos pertinentes en el ejercicio de su actividad y a pesar de que se encuentren falencias, los turistas reconocen que pueden llegar a encontrar un destino donde se ofrece información que favorezca su experiencia.

7. ¿Los prestadores de servicios turísticos cuentan con la capacidad de orientar al turista en caso de que necesite un hospital, cajero y demás servicios?

Tabla 11.

Capacidad de los prestadores de servicios a la hora de orientar al turista.

Si.	17	48,5%
No.	4	8,6%
No ha solicitado orientación.	15	42,9%

Nota: Elaboración propia.

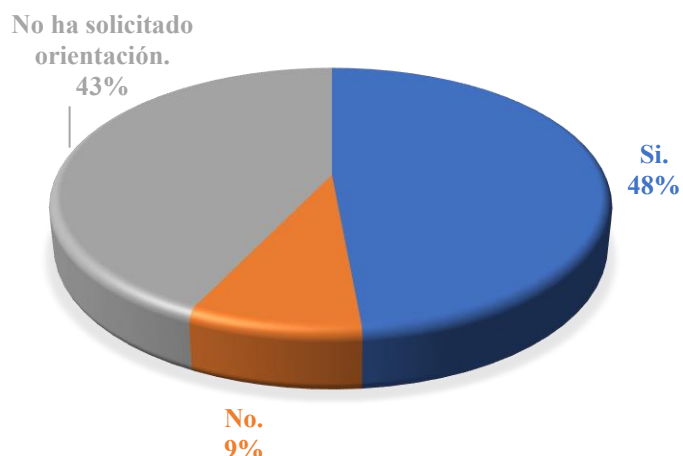


Figura 21. Capacidad de los prestadores de servicios a la hora de orientar al turista. Elaboración propia (2020).

De acuerdo con la información recaudada, el 48,5% considera que los prestadores de servicios turísticos cuentan con la capacidad de ofrecer una orientación acertada hacia los servicios que complementa la actividad turística, por otra parte, el 42,9% nunca ha solicitado por parte de los prestadores información de este tipo, esto representa que los turistas no hacen uso de una ayuda externa prefiriendo hacerlo por cuenta propia, finalmente, el 8,6% que corresponde a personas las cuales no consideran que los prestadores cuenten las competencias necesarias para guiar en lo referente a servicios complementarios.

8. ¿Para usted que es la cultura?

Tabla 12.

Definición de cultura por parte de los turistas.

Conjunto de valores y comportamientos de una población determinada.	4	11,1%
Representa los bienes materiales e inmateriales propios de un destino.	1	2,8%
Conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social.	31	86,1%
Desconoce el significado.	0	-

Nota: Elaboración propia.

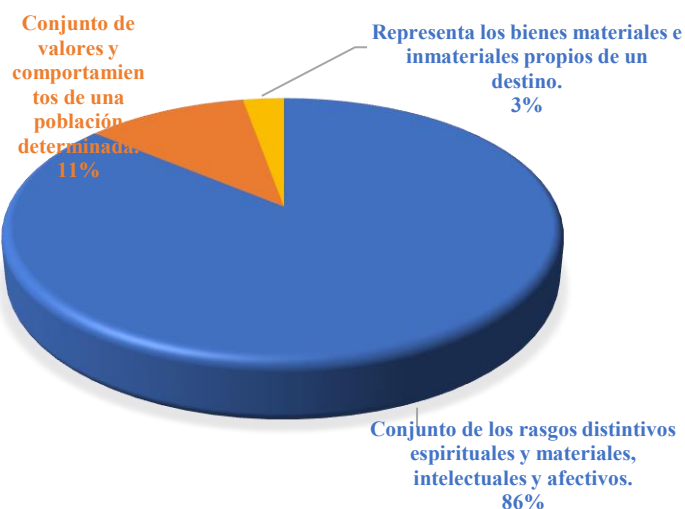


Figura 22. Definición de cultura por parte de los turistas. Elaboración propia (2020).

Para los turistas en lo referente a definir que es cultura, un 86,1% la definió como: Conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, un 11,1% como el conjunto de valores y comportamientos de una población determinada y solamente un 2,85% como la representación de los bienes materiales e inmateriales propios de un destino. Los resultados de esta encuesta reflejan que los turistas asignan la cultura con los conocimientos, valores y rasgos distintivos de una comunidad.

9. ¿Qué entiende por cultura turística?

Tabla 13.

Definición de cultura turística por parte de los turistas que visitan el Centro Histórico de la Candelaria.

El intercambio cultural y experiencial con los turistas.	7	19,4%
Conocimientos y valores que junto con las actitudes y costumbres de la población permiten una evolución positiva de la actividad turística.	22	61,1%
La participación de la comunidad local en la actividad turística.	4	11,1%
Desconoce.	3	8,4%

Nota: Elaboración propia.

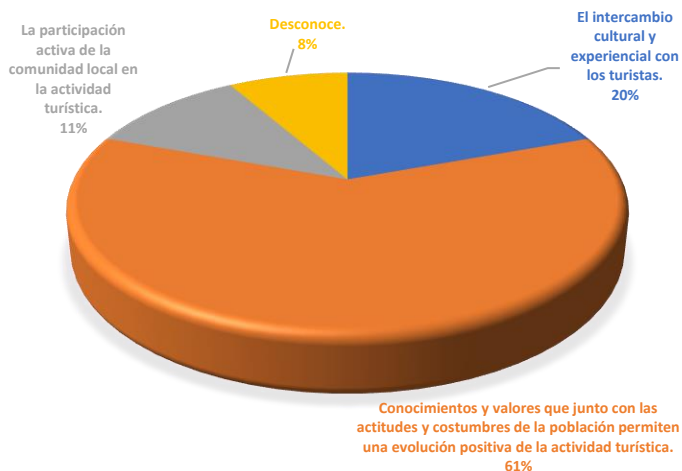


Figura 23. Definición de cultura turística por parte de los turistas que visitan el Centro Histórico de la Candelaria. Elaboración propia (2020).

A pesar de que sea un concepto muy poco usado, los encuestados asignaron los conocimientos previos para lograr definirlo según las opciones dadas. El 61,1% definió cultura turística como: Conocimientos y valores que junto con las actitudes y costumbres de la población permiten una evolución positiva de la actividad turística, el 19,4% como: El intercambio cultural y experiencial con los turistas, el 11,1% como: La participación de la comunidad local en la actividad turística, y un 8,4% desconoce el significado de la misma. Se ve reflejado que los turistas orientan este significado a los valores, comportamientos y actitudes propios de la comunidad local para dar soporte a la actividad turística, de igual forma permitiendo el desarrollo propio de la identidad y como estos logran transmitirlo a los turistas de una manera experiencial debido a que existe un intercambio cultural.

10. ¿Considera que la comunidad local y los prestadores de servicios turísticos de la Candelaria tienen cultura turística?

Tabla 14.

Reconocimiento de cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y comunidad local por parte de los turistas.

Si.	25	69,4%
No.	1	2,8%
No sabe.	10	27,8%

Nota: Elaboración propia.

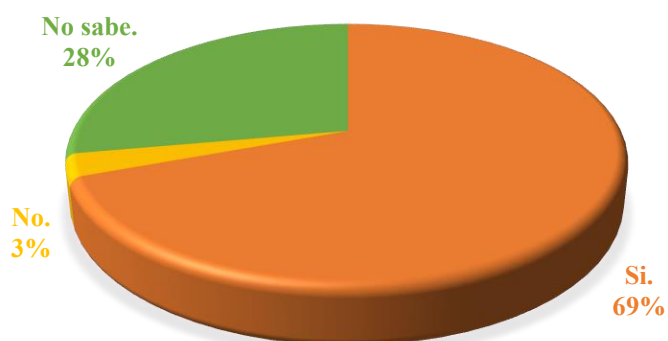


Figura 24. Reconocimiento de cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y comunidad local por parte de los turistas. Elaboración propia (2020).

Un 69,4% de los encuestados afirma que la comunidad local y los prestadores de servicios turísticos si poseen cultura turística, un 27,8% no sabe identificar si poseen cultura turística y solamente un 2,8% no consideran que cuentan con la misma. Estos resultados muestran que, para los turistas, la comunidad local y los prestadores de servicios cuentan con los conocimientos necesarios que permitan a los mismos brindar algún tipo de información que sea útil para los turistas, no solo en lo referente a atractivos y espacios turísticos sino ante cualquier inconveniente que se le sea presentado a los mismo, esto a su vez garantiza una mejora en la experiencia del turista. Por otra parte, cabe destacar que varios desconocen el significado o no reconocen los elementos que se asignan a la cultura turística.

11. De acuerdo a su experiencia turística dentro de la localidad de la Candelaria, ¿Cómo percibe la seguridad en el destino?

Tabla 15.

Percepción de la seguridad en el destino por parte de los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria.

Seguro.	19	52,8%
Inseguro.	17	47,2%

Nota: Elaboración propia.

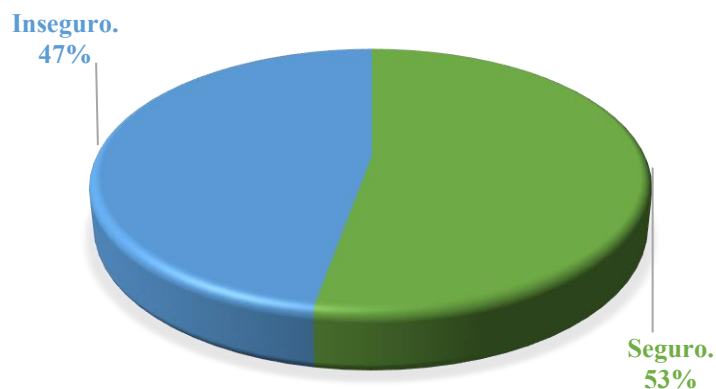


Figura 25. Percepción de la seguridad en el destino por parte de los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria. Elaboración propia (2020).

En lo que respecta a la seguridad dentro del destino, un 52,8% considera que el Centro histórico de la Candelaria es un espacio seguro, y un 47,2% lo considera inseguro. En relación a las respuestas obtenidas, la seguridad es percibida de manera positiva en las áreas donde se concentra la actividad turística, sin embargo, también un gran porcentaje de personas que consideran que ciertos espacios no son lo suficientemente seguros.

12. ¿Cree que la localidad cuenta con buena accesibilidad en lo referente a vías de acceso y espacios para el desarrollo de la actividad?

Tabla 16.

Accesibilidad en el Centro Histórico de la Candelaria.

Sí.	14	38,9%
No.	3	8,3%
Requiere mejorar.	19	52,8%

Nota: Elaboración propia.

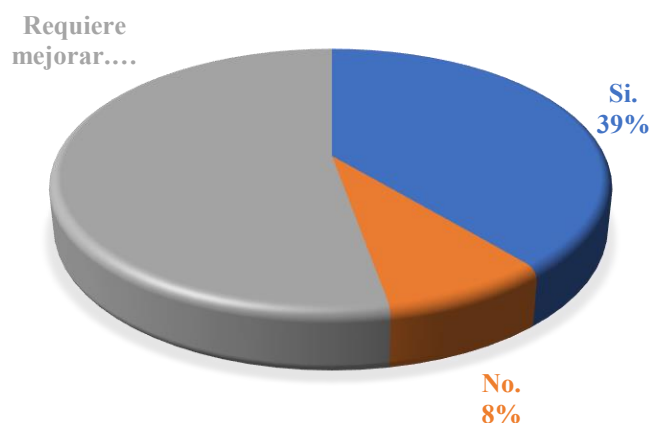


Figura 26. Accesibilidad en el Centro Histórico de la Candelaria. Elaboración propia (2020).

Desde una vista general se puede observar que los encuestados consideran que la localidad no está lo suficientemente adecuada para el ejercicio de la actividad turística, ya que un 61.1% considera que debe mejorar en asuntos de infraestructura y accesibilidad de carácter peatonal y vehicular, aunque cabe resaltar que un 38,9% considera que el destino si cuenta con los elementos de acceso necesarios para desarrollar la actividad.

10.2 Matriz MEFI-MEFE

Posterior al análisis realizado, se identificaron de igual forma las fortalezas y debilidades por parte de los turistas hacia el nivel de apropiación por parte de los prestadores de servicios turístico en la matriz MEFI, las primeras se van evaluar entre 3 y 4, siendo 3 la fortaleza menor y 4 la fortaleza mayor; las debilidades en cuanto a evaluación cambian al calificarlas entre 1 y 2, siendo 1 la debilidad mayor y 2 la debilidad menor, para la ponderación de las dos variables y sus respectivas subcategorías, se toma como base una ponderación total que debe ser igual al 100%. Descrito el procedimiento, en la tabla 17. Matriz de evaluación de factor interno (MEFI), se puede apreciar un valor, total, ponderado en un valor de 2,57.

Tabla 17.

Matriz EFI (Evaluación de factores internos).

Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Fortalezas			
Conocimientos básicos acerca del destino para informar al turista.	0,04	3	0.12
Variabilidad en la oferta de tipologías de patrimonio.	0,08	3	0,24
Alta interacción entre turistas y comunidad local.	0,08	4	0,32
Vocación de servicio y buena disposición por parte de la comunidad al momento de ofrecer ayuda (amabilidad).	0,07	4	0.28
Conocimiento en lo referente a servicios que complementan la actividad turística.	0,05	3	0,15
Capacidad de carga	0.04	4	0.16
Exigencias en la calidad del servicio	0.09	4	0.36
Subtotal fortalezas			1,63
Debilidades			
Manejo básico de la información por parte de los prestadores de servicios e información poco clara para el turista.	0,08	2	0,16
Poca presencia de representantes de las instituciones oficiales.	0,05	2	0,10
Participación de la comunidad en actividades interactivas propuestas para mejorar la actividad.	0,06	1	0,06
Poca claridad por parte de los turistas acerca de la definición de cultura turística.	0,10	1	0,10
Falta de infraestructura para todos los tipos de turistas.	0,08	2	0,16
Bajos niveles de servicio y atención al cliente por parte de prestadores de servicios turísticos.	0.08	2	0.16
Informalidad en la ejecución de los servicios de guianza.	0.10	2	0.2
Subtotal debilidades			0,94
Total		1,00	2,57

Nota: Elaboración propia.

En segundo lugar, se identificaron las oportunidades y amenazas encontrados con base en la información recolectada de los turistas que visitan el Centro histórico de la Candelaria en la matriz MEFE, las primeras se van evaluar entre 3 y 4, siendo 3 respuesta superior a la media y 4 respuesta superior ; las amenazas en cuanto a evaluación cambian al calificarlas entre 1 y 2, siendo 1 respuesta mala y 2 respuesta media, para la ponderación de las dos variables y sus respectivas subcategorías, se toma como base una ponderación total que debe

ser igual al 100%. Descrito el procedimiento, en la tabla 18. Matriz de evaluación de factor externo (MEFE), se puede apreciar un valor, total, ponderado en un valor de 2,5.

Tabla 18.

Matriz EFE (Evaluación de factores externos)

Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Oportunidades			
Con base en la solicitud de información surge en la comunidad una necesidad de reforzar sus conocimientos sobre el destino.	0,08	3	0,24
Confianza por parte de los turistas en lo que le transmite tanto la comunidad como los prestadores de servicios turísticos.	0,08	4	0,32
Mejora de la seguridad en algunas zonas debido a la intervención de entes oficiales (policía) junto con el apoyo del distrito.	0,06	3	0,18
Reconocimiento por parte de los turistas en lo referente a riqueza patrimonial.	0,08	3	0,24
Reinvención en el desarrollo de la prestación de los servicios para la mejora de la experiencia del turista.	0,07	3	0,21
Concentración de turistas en atractivos claves de la Candelaria (El Chorro de Quevedo).	0,06	3	0,18
Prácticas y estándares de turismo sostenible.	0,08	3	0,24
Subtotal oportunidades			1,61
Amenazas			
Afectación de la actividad con respecto a la pandemia del COVID-19.	0,10	2	0,20
Falta de señalización orientada a la actividad turística en el destino.	0,09	1	0,09
Con la situación actual en lo referente a la economía se disminuye la visita de turistas al destino.	0,08	2	0,16
Adquisición de servicios turísticos informales por parte de los turistas.	0,08	2	0,16
Afectación de la experiencia del turista por parte de las problemáticas sociales.	0,08	2	0,16
Disminución en los recursos suministrados por el distrito.	0,06	2	0,12
Subtotal amenazas			0,89
Total		1,00	2,5

Nota: Elaboración propia.

10.2.1 Gráfica matriz MEFI-MEFI.

Tabla 19.

Resultados matrices MEFI-MEFE

MEFI	2,57
MEFE	2,5
Promedio	2,53

Nota: Elaboración propia.

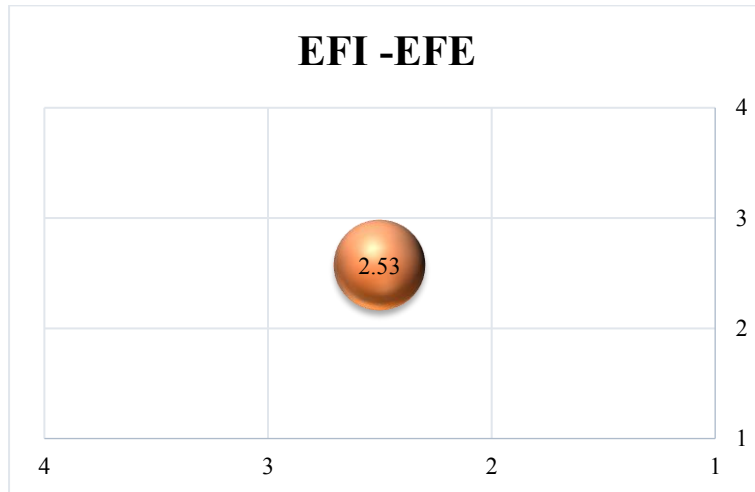


Figura 27. Gráficas matrices MEFI-MEFE. Elaboración propia (2020).

El gráfico anterior representa que la localidad se encuentra en la línea de equilibrio y, por lo tanto, se puede ver reflejado que la percepción que se tiene por parte de los distintos actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística en el Centro Histórico de la Candelaria es que hay un nivel bueno con respecto a la apropiación de la cultura, esto da vista de que no es imperativo realizar cambios, pero si se pueden estrategias de mejora las cuales se proponen de acuerdo a las oportunidades que se plantean en el FODA para que permitan al destino evolucionar ajustándose a las nuevas demandas.

11. Capítulo III - Desarrollar lineamientos que orienten a los prestadores de servicios turísticos en el proceso de apropiación de la cultura turística para el desarrollo de la actividad en la Candelaria.

De acuerdo con los objetivos establecidos en el presente trabajo y en función de lo analizado y evaluado, se plantean en este capítulo distintos lineamientos estructurados en una propuesta pedagógica que tenga como finalidad brindar experiencias de aprendizaje orientadas a potencializar los procesos de apropiación por parte de los actores que intervienen dentro de la actividad turística en el Centro histórico de la Candelaria, de manera que contribuyan no solo al desarrollo integral de los mismos sino a la construcción de la identidad y sentido de pertenencia para el desarrollo óptimo del destino.

11.1 Título de la propuesta

Propuesta pedagógica para apropiación de la cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos en la localidad de La Candelaria.

11.2 Descripción

Esta propuesta pedagógica, gira en torno al objetivo planteado, el cual está orientado en la mejora dentro del proceso de apropiación por parte de los prestadores de servicios turísticos sobre toda la riqueza cultural que posee la localidad de La Candelaria. No solo se orienta a los conocimientos que se deben poseer para verse involucrado dentro de la actividad turística sino en el conjunto de valores y actitudes que adquieren en el desarrollo de la misma los actores que la hacen posible. De igual forma, es importante la participación de los prestadores de servicios turísticos en la puesta en marcha de esta propuesta; para la ejecución de la misma se sugiere utilizar herramientas acordes a las necesidades y objetivos de la propuesta, como lo son herramientas tecnológicas y recursos TIC. Por otro lado, se establece un compromiso dentro del cual se especifica que luego de aceptado el proyecto se enviará una copia a los entes públicos de la localidad, esto con el fin de que los interesados puedan hacer uso de la propuesta y así mismo exista un apoyo por parte de estos entes en lo que respecta al uso de plataformas y bases de datos de las que podrían llegar a ser parte de esta investigación.

La propuesta pedagógica implica el interés entre la superestructura (Alcaldía Local de la Candelaria, Instituto Distrital del Turismo y demás entidades que soportan la actividad en la localidad) y los prestadores de servicios turísticos del Centro histórico de la Candelaria, esto

con el fin de que estos últimos tengan una mayor apropiación en el destino en lo referente a patrimonio, valores y costumbres que lograrán favorecer el fomento y el crecimiento de la actividad turística orientado a su vez en la creación de estrategias dentro de las líneas de capacitación, enfocadas en el desarrollo de un turismo experiencial ya que como se ve reflejado, la demanda actual busca poder sentirse parte del destino. El ajustarse a los requerimientos de la demanda potencial no solo traerá beneficios para la actividad turística sino para el propio desarrollo económico de la localidad.

11.3 Objetivo

Establecer lineamientos que permitan a los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de la Candelaria dentro del ejercicio de su actividad, apropiarse de la cultura y los elementos conceptuales y pedagógicos asociados al patrimonio que posee esta localidad.

11.4 Contenidos y temario

Para lograr un proceso de mayor apropiación por parte de los actores que intervienen dentro la actividad turística en el Centro histórico de la Candelaria, es necesario contemplar aspectos claves orientados en el conocimiento, valores y vocación de servicio, que permitirán a la propuesta pedagógica representar un valor significativo dentro del desarrollo del turismo en esta localidad, la cual es reconocida por su participación en la historia del país siendo un referente estratégico en materia de turismo.

La localidad de la Candelaria posee un valor histórico y cultural muy fuerte, en esta localidad se encuentran varios museos de la ciudad algunos de estos tienen costo de ingreso otros son gratuitos, además de su arquitectura; también se puede apreciar una de las bibliotecas más grandes de Bogotá, la Biblioteca Luis Ángel Arango, la cual tiene programaciones mensuales como los eventos, exposiciones y galerías; el Chorro de Quevedo es otro de los atractivos de la localidad, en este sitio se pueden encontrar tiendas de artesanías Colombianas, cuenteros y bares donde venden la popular y tradicional chicha Bogotana, es un espacio de diversión y placer para extranjeros, ciudadanos y estudiantes de las universidades cercanas, en general la Candelaria y el centro de la ciudad son uno de los espacios más visitados por extranjeros. (Lozada & Vargas, 2018, p. 37).

Los contenidos a trabajar en esta propuesta pedagógica están direccionados a lograr que los prestadores de servicios obtengan una guía para una adecuada administración de los recursos (muebles, inmuebles, humanos) desarrollando competencias orientadas no solo a

satisfacer al turista, sino generar un mayor beneficio para la comunidad local, por lo tanto, los contenidos se ven distribuidos de la siguiente manera:

11.4.1 Conocimientos.

Para lograr una evolución en la actividad, se debe partir de un análisis del nivel de conocimiento acerca del destino por parte de los actores que intervienen en la actividad turística, para así implementar estrategias que permitan un fortalecimiento en el conjunto de saberes que constituyen el Centro histórico de la Candelaria.

Tabla 20.

Conocimientos importantes acerca del destino.

Geografía	<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación geográfica. ● Accesibilidad. ● Coordenadas, condiciones atmosféricas.
Historia	<ul style="list-style-type: none"> ● Historia de la ciudad y la localidad. ● Antecedentes políticos, históricos, sociales, culturales. ● Personajes representativos de la localidad.
Patrimonio	<p>Material:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Bienes de interés cultural. ● Museos, teatros, bibliotecas, templos, galerías, plazoletas, construcciones arquitectónicas coloniales. <p>Inmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Folklore: Música, representaciones artísticas, artesanías, costumbres, conocimientos tradicionales, bailes. ● Tradición oral: Mitos y leyendas. ● Gastronomía.
Factores y repercusiones del turismo	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagen del destino. ● Moneda y comportamiento económico del destino. ● Alteraciones en el destino y pérdida de la cultura. ● Alteraciones ambientales.
Características de la localidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Funcionamiento de las entidades locales. ● Servicios complementarios. ● Distribución de los servicios en el área geográfica. ● Elementos socioculturales. ● Capacidad de carga.
Técnicas y métodos en la operación de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificación de necesidades de los turistas. ● Reconocimiento de los atractivos turísticos. ● Aceptación de requisiciones. ● Técnicas de comunicación.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Medios necesarios para la accesibilidad. ● Trabajo en equipo.
--	--

Nota: Elaboración propia.

11.4.2 Valores y actitudes.

Para desarrollar correctamente la actividad turística es necesario adoptar comportamientos que la favorezcan y soporten a su vez la comunicación entre los prestadores de servicios turísticos y el turista, por lo tanto, se hace imprescindible que dentro del proceso de formación se invite al reconocimiento de los valores como un factor fundamental en el proceso de la prestación de un servicio, ya que esto permite que el proceso de transmisión de información sea enriquecedor para ambas partes.

Es fundamental destacar los valores por los que se ha forjado la Universitaria Agustiniense como lo son la interioridad, verdad, libertad, amistad, comunidad, justicia y solidaridad ya que para la misma es importante la trascendencia de estos valores en la comunidad educativa, por lo tanto, al tratarse de una propuesta pedagógica los valores expuestos anteriormente respaldan el propósito que se busca alcanzar con el presente proyecto, cabe resaltar que los valores anteriormente nombrados, serán transversales en todos los demás.

Tabla 21.

Tipos de valores.

VALORES	
Valores sociales.	Igualdad, justicia, felicidad, honestidad, esperanza, gratitud, responsabilidad, sacrificio, amistad, amor, cortesía, respeto, paciencia, tolerancia, dedicación, optimismo, cooperación, compromiso, perdón, integridad, generosidad, humildad, solidaridad, empatía, positividad.
Valores intelectuales.	Sabiduría, verdad, razón, autorrealización, inteligencia, comunicación, creatividad, reflexión.
Valores instrumentales.	Simpatía, excelencia, mente amplia, motivación, afecto, limpieza, valentía, perdón, orientación al servicio.
Valores estéticos.	Belleza, fealdad, obscenidad, majestuosidad, armonía, equilibrio, tragedia, comedia, perfección, solemnidad, delicadeza, grotesco, trivialidad, horribilidad, lúgubre, alegría, exquisitez, imponente, quimérico, absurdo, misterio.
Valores profesionales.	Ética, esfuerzo, lealtad, adaptabilidad, iniciativa (individualismo), secreto profesional, inclusión, responsabilidad social, organización, confianza, delegar.

Nota: Elaboración del Comité curricular del Programa de Hotelería y turismo de Universitaria Agustiniense.

11.4.2.1 Valores sociales. Seijo (2009) los define como aquellos que: “Abarcan las relaciones de interacción del individuo en sociedad y afectan las relaciones personales, institucionales y políticas. Son deseados por los beneficios que reportan: fiesta, política, leyes, diálogo” (p. 157).

11.4.2.2 Valores intelectuales. Seijo (2009) afirma que: “Los valores intelectuales se definen como el conjunto de valores necesarios o imprescindibles para el desarrollo intelectual de las personas: alfabetismo, creatividad, reflexión” (p. 157).

11.4.2.3 Valores instrumentales. Valbuena, Morillo, & Salas (2006) afirman que: “Incluyen creencias, juicios, convicciones y concepciones relacionados con el actuar de las personas lo cual conduce a alcanzar los valores auto centrados. Tales valores se clasifican en dos tipos: los éticos-morales, con orientación interpersonal; y los de competencia, con orientación intrapersonal” (p. 74).

11.4.2.4 Valores estéticos. (Seijo, 2009) los define como: “Aquellos que son deseados por su belleza produciendo en el ser humano una gran satisfacción espiritual: la literatura, la escultura” (p. 157).

11.4.2.5 Valores profesionales. (Arana & Batista, 1999) afirman que: “Son entendidos como aquellas cualidades de la personalidad profesional que expresan significaciones sociales de redimensionamiento humano y, que se manifiestan relacionadas al quehacer profesional, y modos de actuación” (p. 14).

Los valores anteriormente nombrados representan un valor agregado dentro de la relación prestador de servicios-turista, ya que al resaltarlos permite un nivel de calidad en el servicio que se presta.

Meléndez (2013) afirma: “A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico” (p. 5)

Para lograr una eficiencia dentro del proceso de apropiación es necesario establecer algunas variables que permitan el correcto desarrollo de la propuesta pedagógica.

11.4.3 Amabilidad y comunicación.

Estos dos factores permiten que exista una influencia en todo el ciclo de la prestación de un servicio turístico, por lo tanto, son indispensables en la representación de la imagen de un destino.

11.4.3.1 Acoger al turista con hospitalidad y amabilidad. Los servicios, los prestadores y la comunidad local son los actores que intervienen en la experiencia del turista ya que el trato que reciba el mismo siempre será recordado, es por esto que tratar al visitante con buenos hábitos y costumbres es de vital importancia porque muchas veces los pequeños “detalles” generan una imagen ya sea positiva o negativa sobre el destino.

Se debe dar vista al turismo como una posibilidad de intercambio entre culturas y conocimientos y no solo como un bien económico, es por esto, que acoger al turista permite un desarrollo sociocultural en donde ambas partes resultan beneficiadas. Dentro del desarrollo de la propuesta pedagógica se invitará a la integración de prácticas que permitan una evolución en la interacción dentro de la prestación de un servicio turístico.

11.4.3.2 Tratar al turista teniendo empatía. Dentro de las relaciones que se generan entre los turistas y los prestadores de servicios, es importante tomar conciencia acerca del trato que debe recibir el visitante para hacer de su experiencia algo significativo, esto debe integrar no solo el conocer el destino sino recibir al turista con atención para prestar un servicio con calidad para lograr suplir todas sus necesidades, reconociendo que hoy día la demanda busca ser parte de los procesos que caracterizan los destinos (turismo experiencial). Para la adecuada integración de este factor dentro de la propuesta pedagógica se llevará a cabo un reconocimiento que permita a los prestadores de servicios turísticos reconocer la importancia del buen trato tanto para el turista como para los propios pertenecientes de la comunidad.

11.4.4 Servicio.

11.4.4.1 Brindar siempre un servicio amigable y rápido al turista. Los turistas siempre llegan a un destino con la expectativa de recibir no solo un servicio que se ajuste a sus necesidades, sino que sea rápido y de igual forma amigable, por lo tanto, es de vital importancia ofrecer dentro de un producto turístico tanto calidez como calidad, esto representa que el servicio debe contener elementos que faciliten el desarrollo de la actividad ajustándose a las condiciones de los diferentes tipos de turistas, debido a que mayormente los visitantes evalúan lo que el destino tiene para ofrecer, ya sea en lo referente a atractivos turísticos, infraestructura y aún más importante, disposición.

Este aspecto se ve integrado en la propuesta pedagógica como una herramienta que permita desarrollar habilidades de acuerdo a las necesidades actuales de los turistas con el

fin de garantizar que los prestadores integren en sus servicios los conocimientos adquiridos y traiga como consecuencia la ejecución de un servicio rápido y eficaz.

11.4.4.2 Fomentar dentro de la comunidad que el buen trato al turista es responsabilidad de todos. Cabe resaltar que de una u otra forma, el turista siempre tendrá relación con todos los miembros de un destino, es por esto que es de vital importancia que todos los actores que lo integran, reconozcan que todos hacen parte de la experiencia del turista desde el momento en el que llegan, su recorrido por el destino y las personas que lo recibirán. Así mismo la disposición de la comunidad será beneficiosa no solo en el desarrollo económico sino social de la localidad. El papel de este aspecto dentro de la propuesta pedagógica permitirá a los prestadores de servicios dar vista de la importancia de integrar a la comunidad dentro de la actividad turística ya que esta actúa como un intermediario y tiene un alto valor por su sentido de pertenencia hacia el destino y su evolución en materia turística.

11.4.5 Conocimiento de la localidad.

11.4.5.1 Interés en la capacitación continua. Se debe reconocer la actividad turística como un campo sociocultural y por lo tanto se encuentra en constante cambio trayendo consigo diferentes necesidades y expectativas por parte de los turistas, lo que hace necesario que exista un compromiso por parte actores que se ven involucrados en la actividad turística en lo que respecta a una constante capacitación, para de esta forma, mantener la competitividad del destino, trayendo como beneficios un mejora en la calidad de los servicios ya que demuestra que el destino se encuentra en constante preparación y evolución. Este factor es predominante dentro de la propuesta pedagógica ya que se debe entrar a hacer una revisión en lo que respecta a los procesos de capacitación y preparación implementados actualmente por los entes gubernamentales de la localidad para integrar aspectos orientados a la innovación en temas de turismo experiencial.

11.4.5.2 Incentivar a la comunidad local a apoyar la actividad turística y cumplir su papel como intermediarios. Orientar a la comunidad por medio de información que le permita comprender la actividad turística y su incidencia dentro de la localidad, para que, de esta forma, estos puedan transmitir información y servir de respaldo para los prestadores de servicios turísticos, de igual forma, se da la posibilidad de que los mismos desarrollen actitudes que le permitan integrarse directamente en la actividad en un futuro ya que no solo irán obteniendo conocimiento sino desarrollarán una actitud de servicio a la hora de mostrar

el destino. Es de vital importancia reconocer que a pesar de que una localidad tenga riqueza cultural, atractivos y diversidad de recursos, algo que le da mayor valor es la comunidad anfitriona y que a su vez esta reconozca que el turismo es un tema cultural que involucra a todos los integrantes de una comunidad.

11.4.5.3 Reconocer la importancia de los atractivos en la localidad. La Candelaria es un destino donde prima el turismo cultural e histórico, es por esto que los actores que se involucran directa e indirectamente en la actividad turística deben identificar los atractivos que representan el destino y los aspectos culturales que lo caracterizan, es por esto que se hace necesario difundir la apropiación de todos estos recursos turísticos como algo beneficioso para toda la comunidad y a su vez le permita mostrarlos y hablar de ellos con total propiedad demostrando orgullo por la composición y lo que representa el destino en su totalidad. Dentro de la propuesta pedagógica es necesario implementar actividades donde se destaque la identidad propia de la localidad y la importancia que tiene la conservación del patrimonio tanto material como inmaterial y qué papel juegan tanto los prestadores de servicios como la comunidad en este proceso de conservación.

11.4.6 Conservación del patrimonio.

El papel que juegan en este factor tanto los prestadores de servicios como la comunidad local y los turistas es de vital importancia ya que el cuidado del patrimonio es una responsabilidad de todos, por lo tanto, integrar estrategias que minimicen la degradación del patrimonio da vía a una durabilidad de los recursos turísticos en el tiempo ya que es un deber preservar el patrimonio de esta localidad porque estos son elementos irremplazables para el ejercicio de la actividad.

Debemos comprender que hacer turismo no es sólo tener tiempo libre para ocuparlo en: tener mucho dinero, tener un coche, o simplemente un boleto de avión o crucero. No debe ser como la cajuela de un carro que nos facilita la carga de bultos, botellas u otros objetos, sino que el viajero debe saber ser, admirar, reflexionar, dialogar y desde luego proteger, evitando con estas medidas que el turismo se degrade. (Ramírez, 1994, p. 83).

Dentro de la propuesta pedagógica es importante implementar acciones de motivación y compromiso frente a la riqueza que posee la localidad para garantizar la conservación del destino en el corto, mediano y largo plazo.

11.4.7 Ética.

La ética siempre será fundamental en la realización de cualquier actividad ya que representa un aspecto importante en lo que respecta a la confiabilidad hacia el destino en general.

El turismo es una actividad eminentemente humana, en la que las relaciones interpersonales cobran gran importancia, actividad que trae consigo un encuentro y diálogo entre personas, pueblos y culturas y que afectan a un infinito número de sectores o áreas, influyendo en la vida de una zona o territorio. (Andalucía, 2009, p. 1).

Es importante reconocer que implementar estas conductas trae beneficios en las relaciones no solo entre los miembros de la comunidad sino en la relación que se desarrolla entre turistas y anfitriones, por otro lado, cabe resaltar que contar con ética se ve reflejado de igual forma en no sacar provecho de los turistas de manera negativa. Promover las relaciones éticas permite un ambiente agradable de convivencia donde se relacionan positivamente los prestadores y la comunidad local y por consecuencia el turista disfruta mucho más del destino.

La actividad turística cuenta con su propio código ético, dentro del cual se busca orientar al desarrollo del turismo de manera responsable y sostenible orientada no solo a los prestadores de servicios turísticos sino para la comunidad y turistas de igual forma.

Cabe destacar que con base a la situación de la pandemia actual (COVID-19) se establecieron aspectos que permitan una recuperación del turismo. Se busca promover la ética en el sector en lo que respecta al seguimiento de los protocolos sanitarios, garantizando un espacio seguro y saludable tanto para los turistas como para los trabajadores con el fin de lograr una reactivación del turismo.

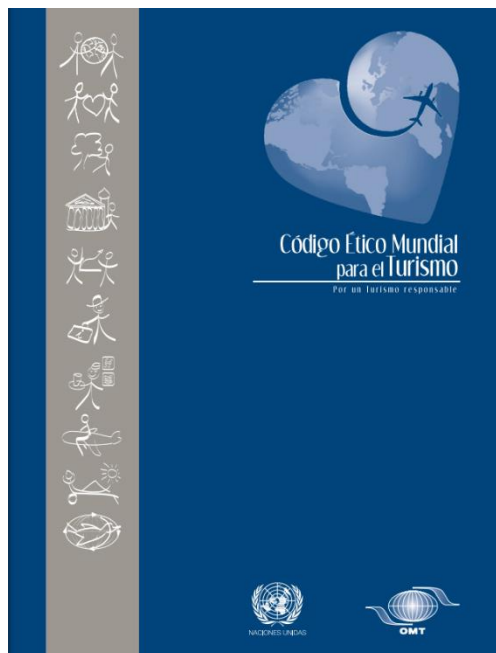


Figura 28. Código ético mundial para el turismo. Andalucía (2009).

11.4.8 Actitud amable y abierta hacia el turista.

Es importante la primera impresión que se da frente a los turistas, ya que esta se convierte en la carta de presentación del destino y da vía a la toma de decisiones por parte del turista para adquirir un servicio. Cumplir con las expectativas del turista permitirá que el destino se posicione en sus preferencias y le dé razones para regresar.

En lo que respecta a la propuesta pedagógica se implementarán actividades para que los prestadores de servicios turísticos desarrollen actitudes que permitan ser un buen representante del destino.

11.5 Metodología

Para el desarrollo de la propuesta pedagógica se utilizará la metodología taller-análisis de caso, esto con el fin de utilizar estrategias que faciliten la comprensión y transmisión del conocimiento. Estas metodologías permitirán a su vez realizar un diagnóstico acertado acerca de la evolución de la actividad turística en el Centro histórico de la Candelaria con respecto a los niveles de apropiación que se manejan en el destino, esto permitirá que exista una contribución en la mejora de la prestación del servicio ya que se presenta como un modelo propositivo y de construcción colectiva entre los diferentes actores que intervienen directa e indirectamente en la ejecución de la actividad turística en este destino, todo esto se soporta en base a que se orienta al desarrollo de estrategias orientadas al turismo experiencial.

11.5.1 Taller.

Gutiérrez (2009) describe que: “Permite conectar el aprendizaje de los contenidos curriculares con el aprendizaje de los procedimientos para aprender más y mejor esos contenidos y hacerlo paulatinamente de manera más autónoma, dándoles herramientas para usar los procedimientos en la adquisición de conocimientos“ (p. 3).

11.5.2 Análisis de caso.

Yin (citado en Martínez, 2006) refiere que: “El método de estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” (p.4). De igual forma, Chetty (citado en Martínez, 2006) menciona que: “El método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos” (p. 4).

La investigación previa y el desarrollo de la propuesta pedagógica permite que los involucrados (Prestadores de servicios turísticos) junto con el respaldo de la población y los diferentes entes gubernamentales, proporcionen insumos, conocimientos y experiencias que giren en torno de la cultura turística, fortaleciendo así la actividad y a su vez el respaldo de estos actores a la misma.

La propuesta pedagógica se desarrollará en las siguientes etapas:

Etapas 1. Diagnóstico.

Se realizó un análisis y recolección de datos (información primaria) con el fin de visualizar cual es el nivel de apropiación actual de los prestadores de servicios turísticos en Centro Histórico de la Candelaria junto con la identificación de elementos que componen la cultura turística. Se generó un diagnóstico con base en la elaboración de encuestas y entrevistas que involucraron a los prestadores de servicios turísticos, turistas y comunidad local; la información obtenida dio evidencia de que existe una disposición de mejorar en el desarrollo de los servicios turísticos que se prestan aprovechando los elementos culturales con los que cuenta la localidad.

A partir de la matriz DOFA se puede deducir que a pesar de que exista un interés en la continua mejora de la prestación del servicio, aún se pueden implementar estrategias que permitan fortalecer la calidad en los servicios y al mismo tiempo incentivar la apropiación

obteniendo con esto un beneficio colectivo. Es por esto, que se proponen una serie de estrategias las cuales enriquecerán el ejercicio de la actividad y que igual pueden respaldadas por las entidades que estén interesadas.

Etapa 2. Fundamentación del programa.

Dentro de esta etapa se llevará a cabo un análisis del contexto (reconociendo que el mismo es cambiante) en el que se encuentra la localidad en lo referente no solo a conocimientos sino en las situaciones que lo afectan tanto directa como indirectamente. Es por esto que con el respaldo de la matriz FODA se identificaron variables que permitieron analizar de una manera acertada y globalizada la posición actual de la actividad turística, demostrando de igual forma que la posición del turista actual está orientada a tener experiencias en el destino que le permitan por el tiempo de su visita sentirse parte del mismo, es por esto que los prestadores de servicios turísticos deben estar dispuestos a satisfacer estas necesidades garantizando los beneficios para los involucrados.

Las siguientes estrategias se encuentran desarrolladas con base en los componentes del análisis DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) desarrollada en el Capítulo II ([Ver Matriz DOFA](#)).

Tabla 22.

Matriz FODA.

<p>Estrategias FO.</p> <p>(F4-O5) Fortalecimiento de los productos con los que cuenta el destino y a su vez abrir paso a la exploración de nuevos productos, para que de esta forma exista una ampliación del portafolio de productos orientados al desarrollo de la actividad turística.</p> <p>(F1-O8) Debido a la situación actual y en el compromiso por reactivar la economía, se debe desarrollar una estrategia de promoción con base en la certificación como área sostenible que posee la Candelaria para mantener la ventaja competitiva, esto permite que sea reconocido como un destino que ofrece servicios de calidad.</p>	<p>Estrategias FA.</p> <p>(F1-A1) Integración de medidas institucionales que apoyen la identificación de las necesidades y experiencias que se pueden implementar para satisfacer la demanda potencial e insatisfecha.</p> <p>(F7-A5) Llevar a cabo iniciativas de integración para la comunidad local en el proceso de reactivación de la actividad turística y prestación de servicios del destino. Esto con el fin de que la economía se posicione nuevamente, otro aspecto beneficioso es la presencia de un mayor interés por parte de la comunidad para integrarse en el desarrollo turístico de la localidad.</p>
---	---

<p>(F3-O7) Diseñar productos diferenciados con base en la oferta y características de la localidad cuya promoción y distribución pueda facilitarse con el uso de las TIC. (Acceder por medio de canales cortos: Canales de reservas..., páginas y todo ese tipo de cosas). Accesibilidad electrónica.</p> <p>(F4-O3) Mayor aprovechamiento de los recursos ofrecidos por lo entes públicos con base al desarrollo de un trabajo colaborativo de los que intervienen en el sector turístico.</p> <p>(F3-O6) Al contar con una gastronomía típica del lugar debe desarrollarse un proceso de apropiación en donde se maximice lo existente y se indague acerca de lo que puede ofrecer el Centro histórico de La Candelaria respecto a la gastronomía.</p> <p>(F1-O5) Dada la ubicación estratégica del centro histórico de la capital del país, se puede aumentar la demanda turística, permitiendo así la visita continua tanto nacional como internacional.</p> <p>(F2-O4) Con el gran porcentaje de población flotante se pueden desarrollar eventos masivos que no solo integren a la comunidad sino lleguen a su vez a los turistas.</p>	<p>(F8-A1) Fortalecimiento de los conocimientos del turismo frente a la realidad del sector en la localidad de modo tal que la población local esté en relación directa con el turista y así facilitar los servicios y productos turísticos, todo esto debe verse respaldado por las organizaciones oficiales.</p> <p>(F4-A3) Generación de alianzas con los nuevos entrantes en la localidad para que dentro sus procesos existan una integración de miembros de la comunidad local que cuenten con los conocimientos del destino.</p>
<p>Estrategias DO.</p> <p>(D5-O8) Se deben integrar procesos que permitan a los prestadores de servicios turísticos, adoptar un interés continuo en su proceso de preparación, en la cual se fortalezcan aspectos claves y necesarios que se requieren en el momento de la prestación del servicio.</p> <p>(D8-O2) Realizar un seguimiento en los procesos de capacitación, y de esta forma dar paso a la integración de estrategias facilite el recibimiento de información por</p>	<p>Estrategias DA.</p> <p>(D6-A2) Gestionar un control, dentro del cual se encuentren descritos todos los procesos (positivos y negativos) que pudieran afectar el centro histórico de La Candelaria, esto permitirá que todo lo que se busque implementar en el destino se controle y esto permita un mayor acercamiento a lo que este necesita, no solo en materia de atractivos sino en la apropiación y trasmisión del patrimonio.</p> <p>(D7-A5) Establecer una política donde se integren parámetros respecto al cuidado del</p>

<p>parte de los actores que intervienen en la actividad turística.</p> <p>(D1-O5) Implementar procesos de mejora en la infraestructura turística, dado que al contar con una gran variedad de atractivos es necesario que cualquier visitante pueda disfrutar de ellos y ser partícipe de la actividad.</p> <p>(D3-O7) Implementación de señalización y vallas turísticas brindarán la posibilidad de que los visitantes puedan acceder a estos sin ningún grado de dificultad y será más fácil encontrar otros atractivos turísticos.</p> <p>(D2-O3) Implementar actividades de fortalecimiento de conocimientos de los prestadores de servicios y la comunidad local, apoyando la generación de alianzas para que de esta forma se genere una mayor inversión en materia turística.</p> <p>(D4-O1) Consolidación de todos los elementos que componen la oferta, con respecto a calidad, buen servicio y aún más importante incentivar a la comunidad local para que se desarrolle una apropiación frente al destino.</p>	<p>entorno, social, natural y/o cultural del centro histórico de La Candelaria, esto deberá ser adoptado por todos los nuevos entrantes. Permitirá que al integrarse en el desarrollo económico organizado que brinde un mayor beneficio.</p> <p>(D3-A1) Establecer estrategias publicitarias las cuales vayan encaminadas en la mejora de señalización turística, para el reconocimiento e interés por parte de los turistas acerca de turismo histórico, religioso, cultural y gastronómico.</p> <p>(D4-A3) A todas los que intervengan en la actividad turística se les debe dar a conocer la importancia de la conservación y de minimizar todos aquellos impactos negativos, con una pequeña guía de todas aquellas acciones que debe de realizar y hacer, a su vez, invitar al turista a tener una conciencia sobre la reducción de los desechos y la protección del ambiente para minimizar los impactos que pueda sufrir la localidad.</p> <p>(D4-A5) Fortalecer los mecanismos de trabajos en red de modo que los servicios cuenten con ciertos estándares de calidad para la prestación de los servicios, es decir, trabajo conjunto para que exista una mayor concentración en la ejecución de los productos.</p>
--	---

Nota: Elaboración propia.

Etapas 3. Definición de perfiles.

Por medio de la información y el análisis obtenido previamente tanto de las fuentes de información como del análisis de los contextos actuales; se sacarán las diferentes conclusiones para establecer estrategias que girarán en torno a la elaboración de talleres con los prestadores de servicios turísticos, para determinar de igual forma el nivel de conocimientos y percepción de la cultura turística en el destino para favorecer la organización y el proceso que gira en torno en el desarrollo de las competencias nombradas anteriormente.

Dentro de este proceso de definición de perfiles se llevarán a cabo entrevistas que permitan identificar cual será el proceso a llevar a cabo para cada uno de los involucrados dentro del proceso de preparación.

Etapa 4. Estructuración de las herramientas pertinentes.

Para soportar las técnicas que se utilizarán en los procesos de apropiación, se establecerá la información pertinente de cada uno de los elementos que la componen para dar correcto cumplimiento a los objetivos de la propuesta, estas herramientas giran en torno a las necesidades de formación, calidad en los servicios que se prestan teniendo en cuenta la estructuración de los mismos para construir de manera colectiva la actividad.

Recursos y bibliografía

Es importante acudir a información ya planteada por los entes de la localidad quienes han propuesto diferentes guías para interés de prestadores de servicios, los cuales por medio de estas pueden obtener mayor conocimiento acerca del Centro histórico de La Candelaria. Estas herramientas son útiles dentro de la propuesta ya que soporta la información base para desarrollarla.

- **Guion turístico**



Figura 29. Guion turístico Ruta Candelaria. Alcaldía Mayor de Bogotá (2016).

Esta herramienta permite la organización y coordinación de todos los servicios y atractivos turísticos con el objetivo de favorecer a los prestadores de servicios en sus actividades, debido a que son estos los que presentan el destino a los visitantes. La importancia del guion dentro de la propuesta es servir como un insumo que soporte la experiencia del turista ya que en él se integran aspectos claves de todas las tipologías de turismo.

- **Plan especial de manejo y protección Centro histórico de Bogotá**

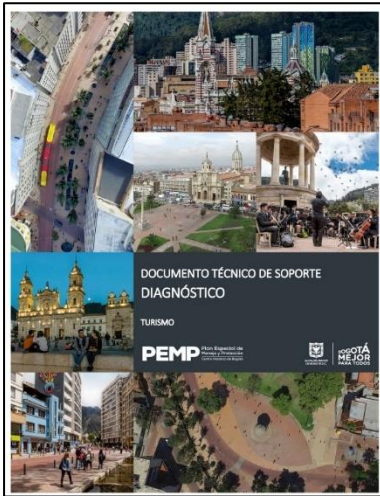


Figura 30. Plan especial de manejo y protección Centro histórico de Bogotá. Alcaldía Mayor de Bogotá (n.d.).

Este componente permite una visión general de la localidad y a partir de ello se establecen aspectos para comprender y cuidar de la localidad. Se hace uso de este documento en la propuesta debido a su análisis y perspectiva de la actividad turística, ya que en su contenido destaca al turismo como una actividad que permite la existencia de un sentido de apropiación del destino el cual contribuye con el fortalecimiento de la actividad.

- **Portafolio Candelaria**



Figura 31. Ruta la Candelaria. Instituto Distrital de Turismo (n.d.).

En este documento se plantea un recorrido por los lugares más importantes del Centro histórico de La Candelaria, en él se encuentra consignado gran parte del patrimonio material

e inmaterial junto a una pequeña interpretación de cada uno de estos atractivos. Dentro de la propuesta es un componente importante debido a que en él se puede apreciar gran parte del sector a nivel cultural, la información mostrada es clara para que los prestadores de servicios que estén interesados en indagar más acerca de los espacios turísticos puedan tomar como referencia este documento.

- **Bogotá destino Turístico Accesible**



Figura 32. Bogotá destino turístico accesible. Rosas (n.d.).

Este documento invita y sensibiliza acerca de la importancia de la inclusión y de hacer posible que todos los servicios logren ser accesibles ya que existe una gran parte de la sociedad con limitaciones y estas en muchos casos no son consideradas, lo que hace que este tipo de turistas no puedan disfrutar plenamente del destino. Se incluye dentro de la propuesta porque es de gran valor obtener información que promueva una responsabilidad por ofrecer un servicio equitativo para todos en donde no se discrimine por las limitaciones.

- **Enfoques y estrategias de cultura ciudadana en Bogotá D.C. impulsadas por la administración distrital en los últimos 20 años.**

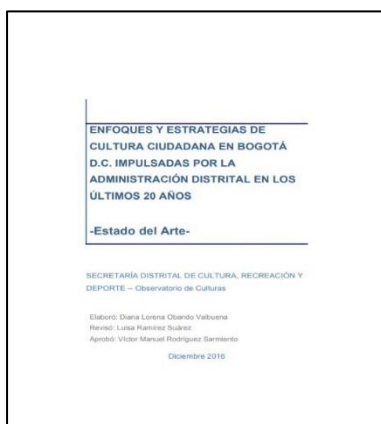


Figura 33. Enfoques y estrategias de cultura ciudadana en Bogotá D.C. impulsadas por la administración distrital en los últimos 20 años. Valbuena (2017).

Este insumo apoya los procesos de cultura ciudadana y aborda varias perspectivas y conceptos al respecto, destacando la importancia de los valores ciudadanos y su implicación por parte de los involucrados. Su contenido apoya la propuesta, puesto que este invita a la reflexión de implementar un proceso cultural en donde se involucre a prestadores de servicios turísticos y a la comunidad receptora, ya que a partir de ellos se promueve la cultura turística.

Se tiene la intención de enviar este documento luego de ser revisado y aprobado a las entidades promotoras del turismo en la localidad, como lo es el IDT y a la Alcaldía local.

Etapa 5. Sistema de evaluación y seguimiento: plan de mejoramiento.

Para el desarrollo de la propuesta y la evaluación que se realice a quienes participen de ella, se deberá diseñar una matriz de autoevaluación que recoja indicadores relacionados con el desarrollo de la propuesta pedagógica, para determinar el seguimiento y cumplimiento de los objetivos que la misma plantea. De igual forma, se debe llevar un registro que refleje la evolución del mismo para generar una base de datos que integre los componentes de un plan de mejoramiento que permita evaluar el desarrollo del proceso para intervenir cuando sea necesario.

Evaluación

Dado que el contenido de la propuesta pedagógica está redactado en forma de competencias, la evaluación deberá ser realizada con base en la adopción de las mismas por parte de los prestadores de servicios turísticos, reconociéndose como requisitos de evidencia de carácter práctico, por lo cual deberán someterse a una entrevista dentro de la cual se analicen los temas propios de la prestación del servicio y la información dada a los turistas para evidenciar la apropiación de la cultura turística, y con esto establecer conclusiones que sirvan de soporte para estas.

A partir de la experiencia obtenida en la realización de los talleres, la evaluación será aplicada de forma tal que los participantes expresen su opinión con respecto al desarrollo de su actividad, esto permitirá que exista una evidencia y recolección de información más precisa.

Tabla 23.

Formato evaluación para prestadores de servicios turísticos.

Competencia	Percepción de los participantes
Acoger al turista con hospitalidad y amabilidad.	
Tratar al turista teniendo empatía.	
Brindar siempre un servicio amigable y rápido al turista.	
Fomentar dentro de la comunidad que el buen trato al turista es responsabilidad de todos.	
Interés en la capacitación continua.	
Incentivar a la comunidad local a apoyar la actividad turística y cumplir su papel como intermediarios dentro de la experiencia del turista.	
Reconocer la importancia de los atractivos en la localidad.	
Conservación del patrimonio	
Ética	
Actitud amable y abierta hacia el turista.	

Nota: Formato de evaluación para aplicar a los prestadores de servicios turísticos con base en el desarrollo de la propuesta pedagógica. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, luego de los procesos de aprendizaje, es conveniente realizar entrevistas y/o encuestas a los turistas que son los usuarios para comparar las percepciones con respecto a lo analizado previamente, donde se establezcan aspectos como lo son la atención, actitud, comunicación, servicio y el intercambio cultural de acuerdo a su experiencia.

Para los encargados de llevar a cabo la propuesta pedagógica, se deben llevar a cabo procesos de verificación para definir el cumplimiento y desarrollo de las competencias por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Tabla 24.

Acciones para identificar cumplimiento de competencias.

Competencia	Método de identificación.
Acoger al turista con hospitalidad y amabilidad.	Verificación de un encuentro entre el prestador de servicios y un turista (Ciclo del servicio).
Tratar al turista teniendo empatía.	Hacer frecuentemente entrevistas o encuestas a los turistas acerca del trato que reciben para verificar.

Brindar siempre un servicio amigable y rápido al turista.	Determinar parámetros relacionados con el proceso de servicio y dar una revisión constante para evaluar el tiempo que se toman en la prestación de estos
Fomentar dentro de la comunidad que el buen trato al turista es responsabilidad de todos.	Evaluar por medio de reuniones de integración entre la comunidad local y prestadores de servicios, retroalimentando la actividad.
Interés en la capacitación continua.	Constantemente dialogar con los prestadores acerca de los intereses en cuanto conocimientos quisieran adquirir y compartir información sobre la formación de la cual podrían apropiarse.
Incentivar a la comunidad local a apoyar la actividad turística y cumplir su papel como intermediarios dentro de la experiencia del turista.	Realizar encuestas a la comunidad local y a los turistas planteando preguntas acerca de la interacción entre estos.
Reconocer la importancia de los atractivos en la localidad.	Prueba de conocimiento en torno a los atributos, calidades de los atractivos turísticos y el prestador de servicios pueda ponderar cuales son los más importantes de la localidad.
Conservación del patrimonio	Evaluar por medio de la observación el patrimonio material y por medio de entrevistas a la comunidad acerca de las tradiciones que mantienen.
Ética	Establecer indicadores respecto a los valores éticos y hacer una autoevaluación a los prestadores de servicios.
Actitud amable y abierta hacia el turista.	Por medio de encuestas de satisfacción, evaluar cómo se han sentido los turistas después de hacer uso de los servicios.

Nota: Elaboración propia.

Etapa 6. Autoevaluación.

Se sugiere llevar a cabo una autoevaluación que permita a los involucrados reconocer su evolución en el marco de los niveles de apropiación y mejora de su actividad turística, esto con el fin de integrar los controles necesarios con base en los aportes de las matrices previas para la respectiva retroalimentación y el control para el respectivo mejoramiento continuo.

12.6 Organización y distribución en el tiempo

Tabla 25.

Organización y distribución del tiempo.

Actividades	
Actividad	Descripción
Aplicación de encuestas y entrevistas	Se realizó el diseño de estas herramientas de acuerdo a la información que se requería para así obtener una visión acertada acerca de la actual situación de la actividad turística frente a la apropiación de la cultura turística y como los prestadores de servicios turísticos la desarrollan. De igual manera se tuvo en cuenta la percepción de los turistas y la comunidad local, esto con el fin de obtener datos de los actores que participan en el turismo de esta localidad.
Análisis de información	De acuerdo a la información obtenida en la aplicación de entrevistas y encuestas se logran identificar factores que intervienen y se relacionan con la actividad turística. A partir de la utilización de herramientas (DOFA-FODA) y (MEFI-MEFE) en donde se plantean los impactos positivos y negativos, igualmente se examina el grado de incidencia que tienen estos sobre el destino.
Talleres a los prestadores de servicios turísticos	Estos talleres se enfocarán en la integración de temáticas orientadas a mostrar la importancia de la apropiación dentro de la actividad turística, no solo enfocados en las relaciones que se crean con el turista sino con los mismos integrantes de la comunidad. Los talleres abordaran temas relacionados con: <ul style="list-style-type: none"> • Actitud amable y abierta hacia el turista • Ética. • Conservación del patrimonio. • Conocimiento de la localidad (capacitación de la localidad: mitos y leyendas). • Servicio. • Amabilidad y comunicación.
Capacitación a los prestadores de servicios turísticos	La capacitación tiene como objetivo desarrollar y fortalecer la ética en el servicio basándose en los principios de la administración y desempeñando una función central en la alimentación y refuerzo de las capacidades de sus conocimientos, aptitudes y habilidades de los empleados de manera continua (Coque, 2011, p.15). Por medio de las capacitaciones se busca sensibilizar acerca de la importancia de ser un anfitrión de ciudad para poder dar vista a las capacidades que pueden adoptar los prestadores de servicios al

	<p>momento de dar a conocer el destino para hacer de los momentos de verdad algo positivo. Esta herramienta proporciona un mayor nivel de aprendizaje logrando que el destino sea competitivo.</p> <p>Estas capacitaciones se desarrollarán mediante la integración de temas como:</p> <p>Taller – capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> •Atención y servicio. •Identificación de los tipos de patrimonio. •Demostración de la importancia que tiene la participación de la comunidad en la actividad turística. •Apropiación patrimonial y cultural. •Sensibilización turística. •Reconocimiento de las políticas públicas que respaldan la actividad. • Conservación del patrimonio. •Recorridos pedagógicos para recibir una educación más precisa de como orientar la actividad y reconocimiento de la localidad.
--	---

Nota: Elaboración propia

Tabla 26.

Cronograma de actividades.

Cronograma de actividades	
Actividad	Duración en meses
Aplicación de encuestas y entrevistas.	3 semanas.
Análisis de información.	2 semanas.
Talleres a los prestadores de servicios turísticos.	2 meses.
Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.	3 meses.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 27. *Diagrama de control de actividades.*

Actividad	Meses						
	1	2	3	4	5	6	7
Aplicación de encuestas y entrevistas.	█	█	█				
Análisis de información.		█	█				
Talleres a los prestadores de servicios turísticos.		█	█	█	█		
Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.				█	█	█	█

Nota: Elaboración propia.

11.7 Beneficiarios

En primer lugar, los beneficiarios serán los prestadores de servicios turísticos ya que estos no solo verán una mejora en la prestación del servicio, sino que mejorarán sus capacidades en el proceso del intercambio con los turistas. Por otra parte, un segundo beneficio lo tendrán los turistas ya que, si bien el Centro Histórico de la Candelaria cuenta con una amplia actividad turística, una mejora en el nivel de apropiación dará como resultado un destino de calidad. De igual manera, al implementar esta propuesta pedagógica orientada a la cultura turística, mejorará las condiciones de la comunidad receptora en lo que respecta a su intervención dentro de la experiencia en el turismo de la localidad.

11.8 Financiación de la propuesta

Al ser una iniciativa que promueve la apropiación de la cultura turística en beneficio del Centro Histórico de la Candelaria, quienes se interesen por la propuesta pedagógica, deberán asumir los costos que esta genere, ya sea de manera directa o mediante sponsors (patrocinadores), ya sea por parte de los prestadores de servicios turísticos de la localidad o entidades comerciales donde a través de publicidad propia se pueda llegar a financiar la puesta en marcha de la propuesta pedagógica.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos durante el proceso de análisis se logra determinar que los prestadores de servicios cuentan con conocimientos básicos para desarrollar la actividad puesto que no se familiarizan con algunos conceptos, principalmente el de Cultura turista, lo que hacen que no practiquen los mismos haciendo que exista un vacío en el correcto desarrollo de la actividad. Se destaca que los prestadores tienen un interés de satisfacer las necesidades del turista y se preocupan por la conservación de la localidad, además estos consideran la importancia de actividad turística y el impacto que esta tiene en su economía

A partir de las encuestas realizadas se buscó determinar la percepción de los turistas con respecto a la apropiación de la cultura. Estas encuestas practicadas a los turistas destacaron que el trato hacia ellos ha sido positivo, sin embargo, al solicitar información no siempre es ofrecida completamente lo que trae como consecuencia algunas falencias en la información que se plantea dentro de la actividad.

En mayor medida los turistas se relacionan con la comunidad y mantienen su confianza en ellos, esto es positivo para la actividad ya que hay una confiabilidad en la información transmitida. Los turistas buscan experiencias que los acerquen constantemente a la cultura de la localidad esto se demuestra con el resultado obtenido en que buscan informarse siempre acerca del centro histórico, el lugar donde se concentra la cultura de la ciudad.

Se destacaron aspectos positivos y negativos que al ser analizados destacaron que la localidad se encuentra en un estado equilibrado, pero es pertinente realizar estrategias de mejora en cuanto a la apropiación turística. Con el diseño de la propuesta pedagógica a pesar de no ser aplicada, se espera sea de uso con el objetivo de fortalecer la actividad, ya que tomar responsabilidad sobre reconocer el destino permite mantener la cultura y fortalecer el desarrollo de la localidad.

Al involucrar mucho más a los prestadores dentro de la cultura de la localidad estos lograran transmitir la identidad del lugar a los turistas permitiendo un mayor intercambio cultural y un mayor reconocimiento y apreciación de los turistas para querer visitarlo ya que sería reconocido como un lugar en el que todos los actores reconocen la importancia del destino , esto permite que el turista se apropie y cuide del lugar y el ciclo de vida del destino llegue a la madurez y se mantenga a lo largo del tiempo

Recomendaciones

Tener en cuenta en detalle toda la riqueza cultural que ofrece la localidad para ampliar el portafolio de servicios, aprovechando estos recursos para fomentar la apropiación de estos y por otro lado es necesario que todos los actores se vean respaldados por las entidades de turismo.

Dentro de los procesos de promoción del destino es de utilidad incluir todos los reconocimientos que este ha obtenido como en el caso de La Candelaria, su certificación como área sostenible dentro de la promoción permitirá destacar su calidad.

Hacer un estudio aplicado referente a la motivación de participación ciudadana frente a las actividades ofrecidas por los entes locales en cuanto al desarrollo de la actividad turística.

Crear sistemas de red de asociaciones que permitan que los servicios se presenten de manera unificada, que cada prestador de servicios trabaje de manera conjunta ofreciendo servicios de calidad y fomentando la cooperación entre actores del destino.

Es conveniente hacer un seguimiento periódico de los procesos y las temáticas tratadas en el desarrollo de capacitaciones, evaluando su efectividad constantemente por medio de la prestación de los servicios y la estructuración de los productos turísticos que se ofrecen.

Se destaca la necesidad de mejorar la infraestructura para el buen desarrollo de la actividad, ya que esta es un limitante en la transferencia de cultura.

Anexos

Anexo 1. Carta enviada a los entes gubernamentales de la localidad de la Candelaria

Bogotá, 23 de octubre de 2020

Señores

Instituto distrital de turismo

Respetados Señores:

Por medio de la presente nos permitimos comunicarles que hemos adelantado un trabajo de investigación el cual está orientado en una propuesta pedagógica dirigida a los prestadores de servicios turísticos buscando así un involucramiento y la apropiación de la cultura turística en el centro histórico de La Candelaria.

Nos comprometemos como estudiantes de Hotelería y turismo de la Uniagustiniana, Brenda Natalia Amaya, Daniela Stefanía León Martínez y Estefany Farfán Caballero a que este trabajo de investigación estará a su disposición cuando sea finalizado para que sea utilizado en futuros proyectos o investigaciones que fomenten el desarrollo turístico de La Candelaria.

Cordialmente:

Brenda Natalia Amaya Arteaga

Daniela Stefanía León Martínez

Estefany Farfán Caballero

Hotelería y turismo – Universitaria Agustiniiana-Uniagustiniana.

Anexo 2. Formato entrevista orientada a conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos con respecto a la cultura turística

Fecha: _____

Nombre: _____

1. ¿Cree usted que los prestadores de servicios turísticos cuentan con cultura turística?
2. Considera que contar con cultura turística es indispensable para que el adecuado desarrollo de la actividad?
3. ¿Cómo cree usted que se involucra la población local para el desarrollo óptimo de la actividad turística?
4. ¿Cómo ha impactado la relación entre el turista y los prestadores de servicios turísticos la certificación recibida por la localidad como área de sostenibilidad turística?
5. ¿Qué acciones llevan a cabo para prevenir la afectación al patrimonio de la localidad por parte de los turistas y prestadores de servicios turísticos?
6. ¿Cree que el aumento de los niveles de apropiación facilitará el desarrollo turístico?
7. ¿Qué cree que es lo que más se dificulta al momento de prestar un servicio turístico? (¿Qué hace falta?)
8. ¿Cómo cree que se ve afectado el posicionamiento de la Candelaria con respecto a la informalidad en la actividad turística?
9. ¿Considera que la actividad turística está beneficiando a la comunidad? ¿En qué aspectos?

Anexo 3. Formato encuesta realizada a turistas que visitan el Centro Histórico de la Candelaria

1. ¿Ha recibido algún tipo de ayuda de parte de la comunidad local y/o trabajadores del Centro histórico de la Candelaria?

Sí

No

¿Cómo la calificaría?

Amable No se la brindaron Tuvo un costo exagerado Se la brindaron de manera incompleta

2. Si desconoce algo sobre ubicación de atractivos y servicios turísticos ¿A quién solicita ayuda?

- a) Pobladores y/o transeúntes
- b) Trabajadores de prestadores de servicios turísticos.
- c) Personal policial.
- d) Instituciones relacionadas al turismo.

3. En una escala de 1 a 5, ¿Qué tan hospitalarios considera usted que son los prestadores de servicios turísticos?

Muy agradable	Agradable	Medianamente agradable	Insatisfactorio	Muy insatisfactorio
----------------------	------------------	-------------------------------	------------------------	----------------------------

4. ¿Sobre qué temas suele solicitar ayuda?

- a) Información sobre atractivos turísticos.
- b) Información sobre servicios turísticos.
- c) Información acerca del centro histórico.
- d) Información sobre instituciones en la localidad.

5. Si solicitó algún servicio o algún producto en el Centro histórico de la Candelaria. ¿Cómo calificaría la vocación de servicio de las personas que lo atendieron?

- a) Bueno.
- b) Malo.
- c) Regular.

6. ¿Cómo considera la información que manejan los prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico de la Candelaria en relación con atractivos y servicios turísticos?

- a) Es completa.
- b) Básica.
- c) Malo.

7. ¿Los prestadores de servicios turísticos cuentan con la capacidad de orientar al turista en caso de que necesite un hospital, cajero y demás servicios?

- Si
- No
- No ha solicitado orientación.

8. ¿Para usted que es la cultura?

- a) Conjunto de valores y comportamientos de una población determinada.
- b) Representa los bienes materiales e inmateriales propios de un destino.
- c) Conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social
- d) Desconoce el significado.

Referencias

- Amaya, C. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, XII(24), 9–33. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2748121&orden=171927&info=link%5Cnhttp://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=2748121>
- Andalucía, F. de enseñanza de C. O. (2009). Código Ético Del Turismo. Retrieved from <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5402.pdf>
- Antitupa, A., & Vargas, L. (2017). *Cultura Turística Y Su Contribución Al Desarrollo Turístico En La Ciudad De Puerto Maldonado 2015*. Retrieved from <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/226/004-3-12-024.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arana, M., & Batista, N. (1999). La Educación En Valores: Una Propuesta Pedagógica Para La Formación Profesional. *Pedagogía Universitaria*, 4(3), 30. Retrieved from https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34561258/Propuesta_educacion_en_valores.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1549396793&Signature=z7RpCXs4FPvfRW9NHEKM0pGWcag%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DLA_EDUCACION_EN_V
- Ávila Bercial, R., & Timón, D. A. B. (2005). Nuevas Tendencias En El Desarrollo Turístico. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27–43.
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados. Enfoque para América Latina (Segunda Edición)*.
- Bermeo-Salazar, M. (2015). Plan de concientización turística, dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja. 109.
- Bernal, D. D. H. (2002). *Arte y pedagogía*. 93.
- Blanco, B. J. A. (2018). Historia de Bogotá. Jose Agustin Blanco, *Obras Completas*. Tomo 4, 417–446. <https://doi.org/10.2307/j.ctvv8w1.28>
- Blázquez, B. H. (n.d.). *Técnicas estadísticas de investigación social - Benjamín Hernández Blázquez* - Google Libros. Retrieved October 6, 2019, from <https://books.google.com.co/books?id=vpfVgmaR5qUC&pg=PA242&dq=tipos+de+cuestionarios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6Om->

vIjlAhVlp1kKHWFhCwAQ6AEIKDAA#v=onepage&q=tipos de cuestionarios&f=false

- Bogotá, Alcaldía Mayor de. (2016). Guión turístico Ruta Candelaria. (140).
- Bogotá, Alcaldía Mayor de. (n.d.). Documento técnico de soporte.
- Carvajal, M. (2001). La Didáctica Grupal. *Fadp*, 1, 1–12. Retrieved from <http://eduteka.icesi.edu.co/gp/upload/58fa5a9e8c27a98b58bcc88d86e1873c.pdf>
- CASAS, D. I. B. (2019). Caminos Hacia La Pedagogía Del Turismo: Orientaciones Desde La Enseñanza De Las Ciencias Sociales. *Universidad Pedagógica Nacional*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Cerda, H. (2011). Los elementos de la investigación. In Dirección de Investigaciones y Postgrado. Retrieved from <http://postgrado.una.edu.ve/metodologia2/paginas/cerda7.pdf>
- Conti, A., & Cravero, S. (2010). Notas en Turismo y Economía. Año I. Nro I. 8–31.
- Coque, R. N. J. (2011). Plan de capacitación turística para los prestadores de servicios turísticos del cantón salcedo provincia de Cotopaxi.
- Ferrando, M. G. (1992). La encuesta. *El Análisis de La Realidad Social. Métodos y Técnicas de Investigación*.
- Filho, A. S. F. (2010). Educación turística: reflexiones para la elaboración de una propuesta con base en la cultura. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 61–69. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.005>
- Foucault, M. (1994). *Hermeneutica del sujeto*.
- Gómez, B. De, Ysabel, M., & Berrios, G. De. (2008). La servucción y la calidad en la fabricación del servicio.
- Gonzalez, H. (2014). Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. *Temas Latinoamericanos En Turismo: Planificación, Ciudades, Economía y Cultura.*, (January 2014). <https://doi.org/10.13140/2.1.4478.4325>
- González, R., & Salazar, F. (2008). Aspectos Básicos Del Estudio De Muestra Y Población Para La Elaboración De Los Proyectos De Investigación. *Universidad De Oriente Núcleo De Sucre Escuela De Administración Curso Especial De Grado*, 1–76.

- Gonzalo, L., Sánchez, M., & Guzmán, P. A. (2014). Diagnóstico Local Participación Social 2014. Retrieved from [http://www.saludcapital.gov.co/DSP/Diagnosticos distritales y locales/Local/2014/17_Diagnóstico 2014 La Candelaria.pdf](http://www.saludcapital.gov.co/DSP/Diagnosticos%20distritales%20y%20locales/Local/2014/17_Diagnóstico%202014%20La%20Candelaria.pdf)
- Gutiérrez, D. (2009). El taller como estrategia didáctica. 4.
- Helfer, S., & Olivera, D. E. (2011). Seminario de investigación. 1–3.
- Huamán, D. (2011). Fuentes de información. Organización Panamericana de La Salud, 43. Retrieved from http://bvspers.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes_informacion.pdf?ua=1
- Instituto Distrital de Gestión de Riesgos y Cambio Climático. (2017). LOCALIDAD DE BOSA Consejo Local de gestión del Riesgo y Cambio Climático. 19. Retrieved from <https://www.idiger.gov.co/documents/220605/494708/PLGR-CC+07+Bosa.pdf/806490d3-f2cd-4dde-ae12-060369d617e7>
- Instituto Distrital de Turismo. (n.d.). Ruta La Candelaria Nombre. Retrieved from http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/rutas/PORTAFOLIO_CANDELARIA.pdf
- Lorenzo Viego, C. (n.d.). Jean Piaget y su influencia en la pedagogía. Centro Universitario José Martí Pérez, 1–12. Retrieved from [http://web.usal.es/~carrasco/Procesos Educativos/JEAN PIAGET Y SU INFLUENCIA EN LA PEDAGOGIA.pdf](http://web.usal.es/~carrasco/Procesos%20Educativos/JEAN%20PIAGET%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20PEDAGOGIA.pdf)
- Lozada, A. A., & Vargas, A. L. E. (2018). Propuesta pedagógica de formación en turismo para la media fortalecida de la institución educativa alberto lleras camargo. Director, 15(2), 134. Retrieved from [https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf](https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion%20para%20el%20aprendizaje%20Perspectiva%20alumnos.pdf)
[https://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual_](https://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual)
- Manrique, C. (2012). Texto Resumen De Didáctica Para Alumnos (pp. 56–70). pp. 56–70.
- Manuel Restrepo, J., Pablo Franky Marín Viceministro de Turismo, J., Fajardo Mariño, K., Bravo, A., Superior de Turismo Sandra Oviedo, C., María Claudia Guayacán, D., ... Solano Claudia Velásquez, J. (2018). "TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE" Investigación y textos: De igual manera, agradece los aportes del equipo de trabajo del Viceministerio de Turismo, especialmente a María.

- Mardones, H. P. (2015). Patrimonios. *Arq*, (88), 9. <https://doi.org/10.4067/s0717-69962014000300001>
- Martínez, C. P. C. (2006). El método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión: Revista de La División de Ciencias Administrativas de La Universidad Del Norte*, (20), 165–193.
- Meléndez, L. Ó. (2013). Breviario de cultura turística. SECTUR. Retrieved from http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf
- Ministerio de trabajo, empleo y seguridad social. (n.d.). Atención al cliente: funciones-responsabilidades-condiciones de trabajo.
- Monje C, C. (2011). Metodología de la investigación. 217. Retrieved from <http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Guía+didáctica+Metodología+de+la+investigación.pdf>
- Monroy, M. G. (2008). Política Pública distrital de Turismo.
- Monterrubio Cordero, J. C. (2009). Comunidad Receptora: Elemento Esencial En La Gestión Turística. *Gestión Turística*, (11), 101–111. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.n11-06>
- 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.
- Nieto, A. (2018). Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto (et al), *Planificación turística en territorios campesinos* (pp. 11-55). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Obando Valvuela, D. L. (2017). *Cultura Ciudadana En Bogotá Últimos 20 Años*.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pecha, Q. P. (2005). Corporación la Candelaria. 1–6.
- Ramírez, B. M. (1994). Deontología y conciencia turística.

- Reyes de Marín, M. A. (2013). La mediación pedagógica. 15. Retrieved from <https://www.mendeley.com/viewer/?fileId=0fa3167f-9e7a-67ad-1a61-f832970f2bb2&documentId=d40e435b-7cc3-30f8-b64f-dbff4452bdd6>
- Rosas, L. L. F. (n.d.). Turismo Inclusivo : Una Realidad del Desarrollo.
- Ruiz, M. I., Borboa, M. del S., & Rodríguez, J. C. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Eumed.Net*, (13), 1–25. Retrieved from <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>
- Sancho, A. (2004). El 80% de los pobres del mundo, los que subsisten con menos de un dólar de EEUU al día viven en 12 países donde 11 de ellos la actividad turística es su principal fuente de riqueza. *Jornadas Internacionales de Turismo Justo: Un Reto Para El Desarrollo Turismo y Desarrollo*, 1–6.
- Sancho, P. A. (2005). Impactos del turismo sostenible sobre la población local. *Turismo y Sociedad*, 4(0), 7–38.
- Seijo, C. (2009). Los valores desde las principales teorías axiológicas: Cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y los actos humanos. *Economía*, 28(28), 145–160. <https://doi.org/10.21676/23897848.388>
- Sinclair, J. (1891). La encuesta estadística. Tipos de encuesta. Organización y diseño de cuestionarios. Casos prácticos. *Prácticas cualitativas: el grupo de discusión*. 1–39. Retrieved from http://www3.uah.es/vicente_marban/ASIGNATURAS/SOCIOLOGIA ECONOMICA/TEMA 5/tema 5.pdf
- Turismo, I. D. de. (2020). Viajeros 2019. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.
- Valbuena, M., Morillo, R., & Salas, D. (2006). Sistema de valores en las organizaciones. *Omnia*, 12(3), 60–78.
- Varisco C. (2008). Desarrollo turístico y desarrollo local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa. *Universidad Nacional De Mar Del Plata*, 208. Retrieved from http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. (2015). Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico. *Faces*, 44, 69–86.

- Vázquez, L. L. (2012). Aculturación, identidad étnica, valores y relaciones familiares en adolescentes inmigrantes y no inmigrantes. 481. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26549&info=resumen&idioma=SPA>
- Wright, I. A., & Ortiz, F. (1941). Contrapunteo Cubano del Tabaco y el Azucar. *The Hispanic American Historical Review*, 21(3), 459. <https://doi.org/10.2307/2507346>