

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL**  
**Bienes Culturales inmateriales**

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Mantecada casera						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Choachí				
1.4. Corregimiento, Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre		Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.6.2	La gastronomía y los sabores culinarios					
2.2. Descripción:							
<p>Receta elaborada a base de harina de maíz, huevos, mantequilla, azúcar, aguardiente y ralladura de limón o naranja.</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJ
Colectiva (14)							12
Tradicional (14)							12
Anónima (14)							10
Espontanea (14)							10
Popular (14)							12
Subtotal							56
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)							6
<b>TOTAL</b>							<b>62</b>

Diligenciado por :	Over Santiago Florez Trujillo	Fecha:	14 - 04 -2019
--------------------	-------------------------------	--------	---------------

**Figura 28.** Formularios únicos para la elaboración de inventario turísticos. Elaboración propia.

## 14 Capítulo III: Diseño de la ruta turística del municipio de choachi

### 14.1 Análisis de la demanda

Con la intención de realizar un análisis de la demanda turística, en la que tendrá participación el producto que se plantea en el desarrollo de esta investigación, se realiza una contextualización del termino demanda el cual es según (Kloter, 2006, pág. 54) "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago" o (Fischer & Espejo , 2011) definen que la demanda se conforma por “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”, por lo tanto la demanda turística se diferencia de otros tipos de demanda en la inclusión de diversos factores de caracterización del turista o viajero, identificando deseos y motivaciones a la hora de determinar su viaje, por consiguiente (Rivas Garcia , 2009, pág. 127) menciona que para el análisis de la demanda turística se deben tener en cuenta las variables determinadas a continuación:

- Lugar de origen de los turistas,
- Medio de transporte utilizado.
- Tipo de alojamiento y servicios utilizados —sólo alojamiento, alojamiento y desayuno, media pensión, pensión completa, todo incluido, “súper todo” incluido—
- Duración de estadía.
- Patrones de gasto.
- Tipo de oferta turística que buscan.
- Encuesta turística: grado de satisfacción, valoración del destino, etc.
- Perfil del turista tipo: edad, nivel de renta, motivación, etc.

Para poder analizar la demanda turística del municipio de Choachí, el grupo de investigadores plantean una investigación estadística de la demanda turística del municipio, para poder realizar esto se realiza una revisión bibliográfica de técnicas de muestreo determinando que la técnica más acorde a las especificaciones del proyecto aquí planteado, corresponde al muestreo aleatorio o probabilístico, el cual consiste según (Izcara Palacios , 2007, pág. 52) en un “método de selección de muestras obtenidas de una población general o universo, de modo que cada muestra es diferente, porque incluye individuos diferentes y no porque éstos presenten un orden diferente”, lo que determina que dentro de una muestra seleccionada los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas para la investigación.

Por lo nombrado anteriormente, se toma la decisión de seleccionar una muestra y diseñar una herramienta de recolección de datos las cuales serán descritas a continuación.

## 14.2 Muestra

La muestra, hace referencia a un grupo de individuos pertenecientes al universo de estudio, seleccionados para la identificación y análisis de los factores que se pretendan estudiar, por lo tanto, los resultados obtenidos deberían ser representativos con respecto al comportamiento de la población total del estudio, como lo menciona (Fernandez Alba & Ruiz Fuentes , 2004) “La selección de la muestra para obtener información de la variable de estudio es crucial para que la inferencia posterior proporciones resultados aceptables” determinando que la determinación del tamaño de la muestra es un factor crítico para la identificación real de los factores presentes en esta población.

Por consiguiente, el grupo de investigadores realizó una consulta de las bases estadísticas de CITUR, las cuales brindan información actualizada del comportamiento turística de los diferentes departamentos del país, los cuales brindan una proyección de análisis importante al basarse en la situación específica del departamento de Cundinamarca, debido a que en este lugar se encuentra ubicado el municipio de Choachí, por lo tanto se logró identificar mediante estos datos la cantidad total de turistas no residentes que circulan por el departamento, esta cifra es seleccionada como la población total de estudio, con el fin de identificar los variables que permitan el diseño acorde del producto turístico basado en los amasijos chiguanos.

Tabla 3

*Información estadística del departamento de Cundinamarca*

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA				
INDICADOR	2018	2019	Crec %19/18	Período Acum.
Llegada de Pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	0,00	0,00	0%	-
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	0,00	0,00	0%	-
Visitantes extranjeros no residentes	2.028,00	2.721,00	34,17%	ENE-FEB
Visitantes parques nacionales naturales	0,00	0,00	0%	-
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	0,00	0,00	0%	-
Pasajeros en Crucero	0,00	0,00	0%	-
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	21,00	9,00	-57,14%	ENE-ENE
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	6,00	6,00	0,00%	ENE-ENE
Ocupación hotelera (%)	0,00	0,00	0%	-
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	89,00	116,00	30,34%	ENE-ENE
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	188,00	215,00	14,36%	ENE-ENE

Nota: CITUR (2019)

Tomando como base la información anterior, se realiza la determinación del tamaño de la muestra basándose en la cantidad de visitantes no residentes del año 2018, la cual corresponde a 2028 turistas, los cuales representan a un total de la población de las cuales se realizará el análisis, para esto se calcula la muestra mediante la siguiente fórmula.

$$\frac{k^2(p*q)}{e^2 + (k^2(p*q))} = \frac{M}{N}$$

**M:** tamaño de la muestra

**K:** Nivel de confianza deseado (90%)

**p:** proporción de la población con la característica deseada (éxito) (0,5)

**q:** Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (0,5)

**e:** Nivel de error dispuesto a cometer (6%)

**N:** Tamaño de la población (2028)

La aplicación de la encuesta anterior arroja una muestra correspondiente a 172 individuos, los cuales representan a la población investigada la cual corresponde a la cantidad de turistas extranjeros que ingresa y circula por el departamento de Cundinamarca.

### 14.3 Encuesta

Para poder desarrollar el análisis comportamental de la demanda turística del municipio de Choachí, se diseña un cuestionario (encuesta) enfocado en la identificación de factores que permitan la determinación del segmento del mercado al que será dirigido el producto que se diseña en el transcurso de este capítulo.

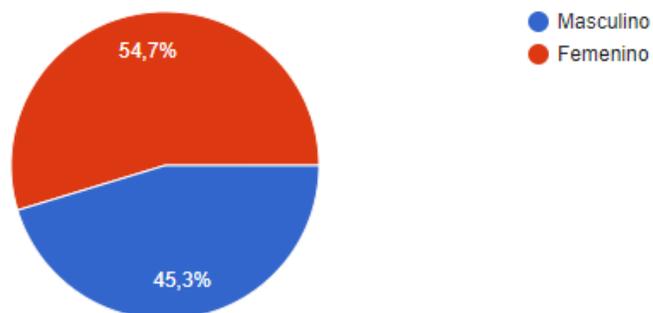
El cuestionario fue diseñado y aplicado de manera virtual, mediante el uso de herramienta de difusión virtuales.

### 14.4 Análisis de resultados

Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta anteriormente planteada, se analizan de manera independiente cada pregunta, obteniendo los siguientes resultados.

## Género del participante ?

181 respuestas

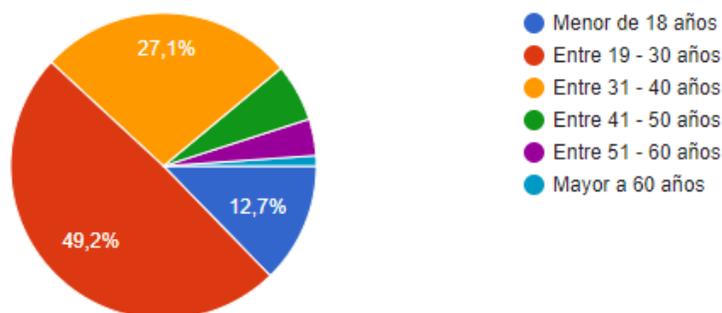


**Figura 29.** Encuesta 1. Elaboración propia.

Dentro de la investigación, se encuestó una muestra conformada por hombres y mujeres en porcentajes similares.

## ¿En que rango de edad esta usted ?

181 respuestas

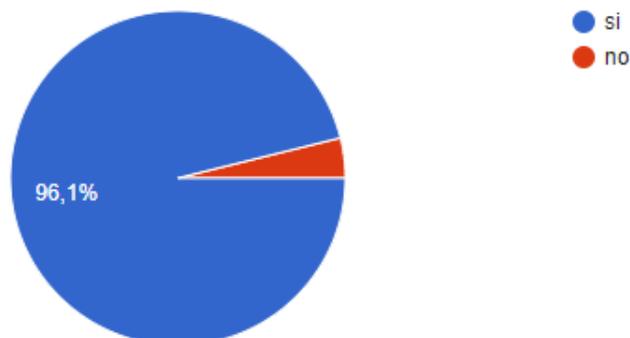


**Figura 30.** Encuesta 2. Elaboración propia.

Se encuestaron sujetos en edades entre los 18 años y los 60 años, permitiendo un análisis amplio de las edades más interesadas en la tipología de turismo aquí descrita.

## Le parece innovador este recorrido?

181 respuestas

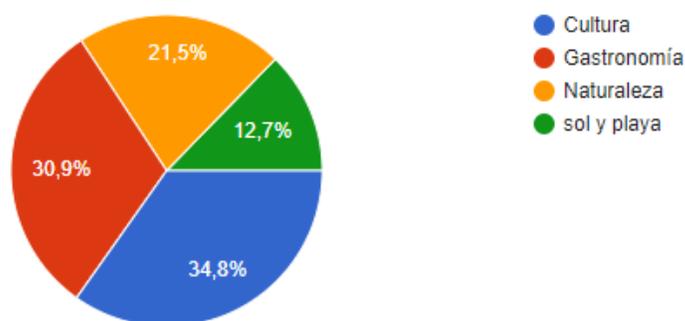


**Figura 31.** Encuesta 3. Elaboración propia.

Con esta pregunta se busca la oportunidad de evaluar el nivel de innovación reconocido por la demanda dentro de este producto, lo cual brinda una aproximación del nivel de interés que produce entre los turistas.

## ¿Que busca a la hora de viajar a un lugar?

181 respuestas

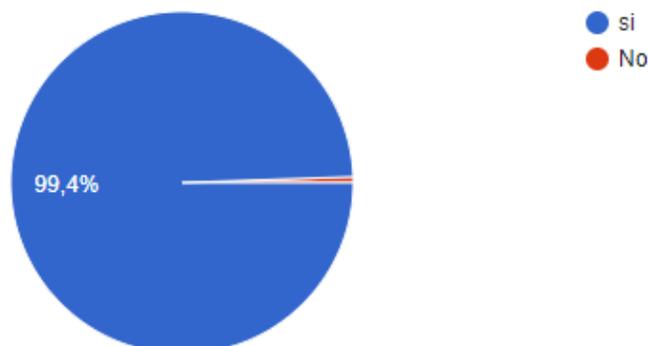


**Figura 32.** Encuesta 4. Elaboración propia.

Con la anterior pregunta, los investigadores buscan determinar los principales motivadores de viaje de las personas estudiadas, dentro de esta muestra.

## Le interesa el turismo gastronómico?

181 respuestas

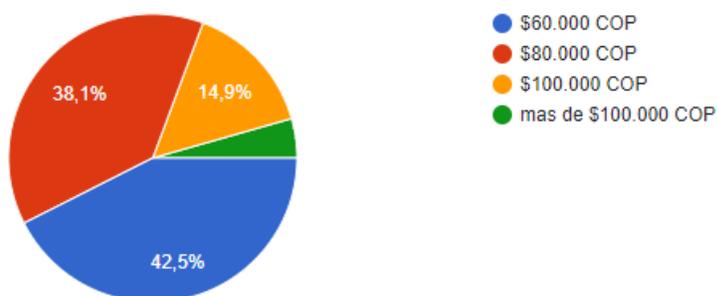


**Figura 33.** Encuesta 5. Elaboración propia.

Con la anterior pregunta, se busca determinar el interés de los turistas por la tipología de turismo enfocada en resaltar las tradiciones gastronómicas de los destinos, del cual se adscribe y fundamenta el producto planteado posteriormente.

## Cuánto estaría dispuesto a pagar por el recorrido de Choachi?

181 respuestas

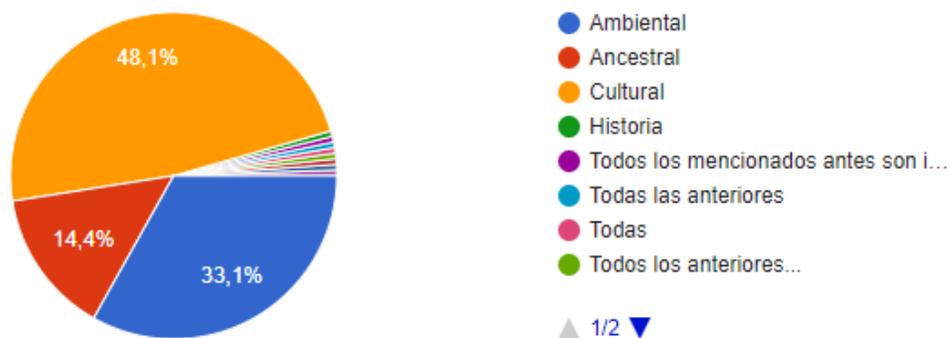


**Figura 34.** Encuesta 6. Elaboración propia.

Adicionalmente en el desarrollo de la investigación se busca, determinar los costos que los turistas estarían dispuestos a pagar por disfrutar de un producto de esta tipología.

### Que temas considera ustedes son indispensables en los recorridos?

181 respuestas



**Figura 35.** Encuesta 7. Elaboración propia.

Con esta pregunta, los investigadores buscan las posibles relaciones con otras temáticas, según los intereses planteados por los participantes de la investigación.

#### 14.5 Perfil del cliente

Después de la investigación anteriormente planteada, se determina que los factores de correlación identifican a los individuos de la muestra, son los que conforman el perfil del turista, por consiguiente, se construye una tabla que describa gráficamente los factores característicos del perfil identificado.

Tabla 8

*Perfil del cliente*

Variable	Características
Edad	Entre los 18 y 45 años de edad
Interesados en el turismo gastronómico	si
Temas de interés	Cultura e historia

Actividad de interés	Culturales y Naturales
Perfil de gasto	Mayor a \$80.000 COP

Nota: Autoría propia.

En conclusión, se logra determinar que las personas que pueden verse interesadas por el producto turístico basado en las tradiciones gastronómicas del municipio de Choachí, se encuentran en edades entre los 18 y 45 años donde sobresalen un nivel de escolaridad profesional, los cuales suelen tener un alto interés en las expresiones culturales de los lugares que visitan, entre estas su gastronomía, adicionalmente se observa que las personas se encuentran interesadas en actividades de donde se resalte la cultura y se conozca el entorno natural con el que cuenta los lugares que visitan.

## 15 Análisis estratégico

El análisis estratégico de un destino turístico, sirve para identificar factores que favorecen o amenazan el municipio para su desarrollo turístico, por lo tanto, se realiza un análisis DOFA con el fin de identificar las estrategias que favorezcan el potencial turístico del municipio de Choachí, con la intención de generar las estrategias que favorezcan el diseño, posicionamiento y comercialización del producto turístico.

### 15.1 Fortalezas

- Riqueza, diversidad y complementariedad del recurso natural relacionado a los termales.
- Principal motivo de visitas para el municipio de Choachí, a nivel turístico son las termales Santa Mónica
- Prestación completa de servicios de alojamiento, restauración, relajación y Complementarios.
- Prestación de servicios profesionales, con buena actitud por parte del personal guianza y preparación profesional para la prestación de servicios en organización de eventos.
- Se tiene un portafolio amplio de opciones, precios, servicios, para los clientes; según sus necesidades, su capacidad económica y su preferencia en la estadía.
- Instalación de seguridad en la vía Bogotá- Choachí

### 15.2 Debilidades

- Poca publicidad y estrategias de posicionamiento para su reconocimiento
- Falta de mentalidad turística por parte de las personas y administrativos de las termales que permitan incrementar la demanda turística.
- Infraestructura y zonas de acceso al municipio en estado defectuoso para los turistas.
- Falta de relaciones con otros sectores turísticos para mejorar su posicionamiento.

### 15.3 Oportunidades

- Posee un Recurso diferenciador y con una gran capacidad de explotación por la actividad turística.
- Por el tipo de producto que se ofrece, puede aprovecharse las nuevas demandas turísticas y generar nuevas segmentaciones en el mercado.
- Se tiene la posibilidad de competir con un turismo de calidad
- Puede ser reconocido a nivel departamental y nacional para aumentar sus visitas
- Tiene la posibilidad de aumentar su oferta turística aprovechando los recursos naturales

#### **15.4 Amenazas**

- Carencia en la organización gubernamental y departamental en el municipio que permita mejorar el sector turístico
- Afectación de los recursos naturales, por cambios climáticos, contaminación, cambios del medio ambiente o desastres naturales
- Delincuencia común, accidentes en las vías o dentro del complejo santa Mónica.

## 16 Estructura del producto

El producto turístico, tiene unas características específicas para su elaboración, razón que obliga a entender en primera instancia la definición de Producto y como es su aplicación en el turismo, con el fin de lograr generar un uso eficaz de la información recolectada para este fin, generando resultados que cumplan con los objetivos propuestos inicialmente por los responsables del diseño.

Por consiguiente, después de la revisión bibliográfica se menciona que (Universidad interamericana de desarrollo, 2009, pág. 3) determina que ``un producto es un conjunto de atributos que proporcionan satisfacción de necesidades o deseos y que se ofrece en un mercado'', como se observa el autor hace énfasis en la importancia de la satisfacción de deseos y necesidades, razón por la que se tendrán que tener en cuenta estas variables para el diseño del producto turístico gastronómico del municipio de Choachí, adicionalmente Kotler y Armstrong mencionan el concepto de la oferta del marketing definiéndola como ``cierta combinación de productos, servicios, información y experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo'' (Armstrong, 2007, pág. 5).

Por consiguiente, para el diseño de este producto turístico, se tienen en cuentas los diversos productos y servicios enfocados al turismo gastronómico, disponibles en el municipio de Choachí, para diseñar una asociación de estos factores, que permita la satisfacción de los deseos y necesidades del cliente objetivo, logrando captar su interés por vivir las experiencias que se ofertaran en el diseño propuesto a continuación.

### 16.1 Concepto del producto

Después de que se realiza una identificación de todos los recursos y facilidades disponibles dentro del municipio de Choachí, a través de la investigación bibliográfica y de campo, descrita en los capítulos anteriores, se determina que el producto ideal para la situación específica de esta comunidad, es una ruta turística la cual será basada en el patrimonio inmaterial relacionado a las cocinas tradicionales de la comunidad, específicamente en la tipología de amasijos.

La decisión de crear una ruta surge del análisis conceptual dado por el autor Javier Hernández donde determina que la ruta turística permite ``comercializar un territorio completo que, bajo un denominador común, trata de conducir a los visitantes siguiendo un recorrido definido y delimitado'', por consiguiente se pretende la comercialización del territorio correspondiente al municipio de Choachí, mediante una ruta enfocada en resaltar las tradiciones gastronómicas

relacionadas a los amasijos típicos de este sector, esto se pretende relacionar mediante actividades que promuevan una experiencia vivencial para el turista.

En pocas palabras, se diseña una ruta turística basada en las tradiciones gastronómicas presentes en el territorio del municipio de Choachí, incorporando actividades interpretativas que relacionen los ingredientes, técnicas y conocimientos determinados por sus cocinas tradicionales, mediante un acercamiento al origen de los ingredientes, y un taller práctico de usos y recetas típicas de amasijos; todo esto se complementa, mediante la relación con las otras tipologías turísticas representativas del municipio, como el turismo de naturaleza y bienestar, ya que se busca aprovechar en mayor medida los recursos dispuestos en este territorio.

#### **16.1.1 Nombre.**

El nombre que se determinó, para la identificación del producto turístico diseñado a lo largo del documento fue la “La ruta del amasijo Chiguano” ya que con este se logra transmitir que tipo de producto es y su temática específica relacionada a los amasijos tradicionales del municipio, por eso se le adiciona al nombre el gentilicio del municipio para terminar de dar forma al nombre que llevara la comercialización del recorrido.

#### **16.1.2 Logo.**



**Figura 36.** logo de la ruta. Elaboración propia.

#### **16.2 Beneficios del producto**

La ruta del amasijo Chiguano se diseña como una propuesta de turismo, en la que se toma a la gastronomía del lugar como factor de mayor importancia, buscando transmitir los conocimientos

que conforman el patrimonio cultural inmaterial expresado por las cocinas tradicionales de los pobladores del municipio de Choachí, por consiguiente “La ruta del amasijo Chiguano”, se encuentra enfocada en brindarle a los turistas que la recorran un conjunto de espacios que favorecerán el desarrollo de actividades vivenciales que garanticen una interpretación profunda del concepto que resalta este producto, entre las cuales se plantean dinámicas que le transmitan al viajero de manera práctica el patrimonio inmaterial gastronómico del municipio, las cuales consisten en talleres de elaboración, visitas y charlas con los portadores del conocimiento, talleres relacionados con la obtención y transformación de ingredientes, sin dejar de lado la degustación de personal de cada una de las recetas resaltadas en el recorrido.

Adicionalmente, esta ruta brindará alternativas complementarias al recorrido, que permiten al turista tener un acercamiento a experiencias que complementen su visita, con el desarrollo de actividades relacionadas con recursos naturales y culturales presentes en el municipio los cuales valen la pena incluir dentro de la visita del turista.

#### **16.2.1 Taller gastronómico.**

Con el fin de incluir actividades, que permitan la interpretación del patrimonio gastronómico por parte de los turistas que adquieran este producto, el grupo de investigadores en compañía de la asociación el Antojo se encargan de diseñar un taller práctico de cocina, donde se realiza la explicación de las técnicas de elaboración artesanal de los amasijos típicos del municipio, esto se determina como un factor diferenciador que busca fortalecer el producto turístico del municipio, esto brinda el beneficio de que se puede modificar la receta según la disposición de materias primas, la duración y complejidad de su proceso, por consiguiente se selecciona un conjunto de recetas que pueden ser aplicadas dentro de la ejecución de esta actividad.

#### **16.2.2 Visita a finca agro turística.**

La experiencia en la que se descubren las tradiciones gastronómicas del municipio de Choachí, se complementa con la visita a una finca con vocación agro turística ubicada la vereda la palma, a 200 metros de la vía Bogotá – Choachí, por el camino que conduce al parque la Chorrera, en este lugar se plantea un taller que describa el proceso de siembra y cosecha del maíz y su importancia en el desarrollo sociocultural de los habitantes de este territorio.

La finca seleccionada para estas actividades se llama “finca agro turística Derracamandaca”, la cual cuenta con una infraestructura diseñada con fin de vocación turística, brindando los espacios

necesarios para prestar todo el conjunto de servicios que conforman la actividad turística, otorgándole un valor agregado al producto aquí diseñado.



**Figura 37.** Finca Derracamandaca. Elaboración propia.

Previo a la selección de este lugar para la inclusión dentro del diseño del producto, se realiza un dialogo con el director del lugar el cual se muestra interesado por hacer parte del resultado de esta investigación.



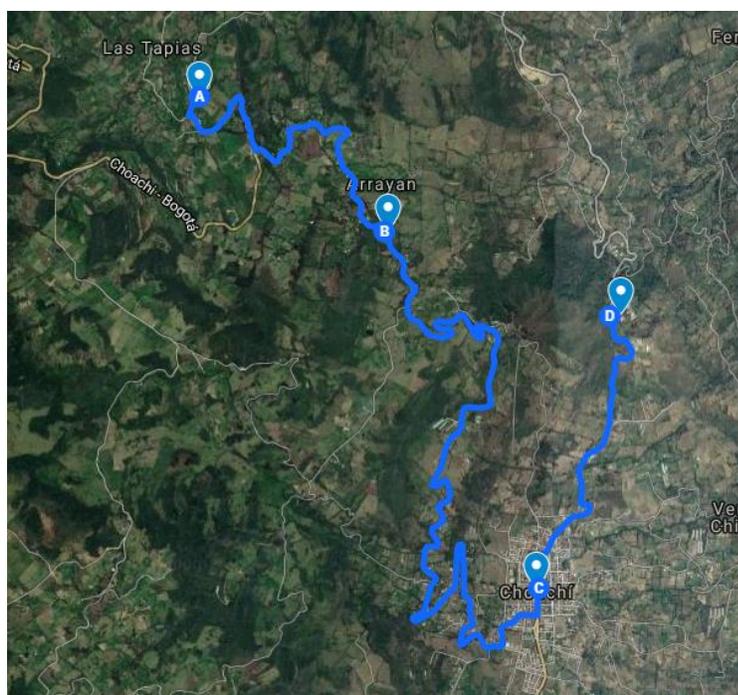
**Figura 38.** Investigadores y directos de finca agro turística. Elaboración propia.

### 16.3 Diseños de paquetes turísticos

Con el fin de favorecer la comercialización del producto por parte de las empresas promotoras de turismo, el equipo técnico toma la decisión de plantear tres (3) rutas turísticas, basadas en los inventarios turísticos de los atractivos identificados en el municipio mediante los diferentes mecanismos de investigación aplicados, por lo tanto, se diseña un itinerario de cada ruta, especificando las diferencias conceptuales y metodológicas de cada una de las propuestas, determinando de esta manera a los amasijos como factor principal, común de las propuestas, adicionándoles a cada una un tema complementario relacionado al recurso natural o cultural disponibles.

Los tres paquetes se diseñan dentro el espacio abarcado por la ruta del amasijo la cual se muestra en el siguiente mapa.

#### 16.3.1 La ruta del amasijo Chiguano y el agua.



**Figura 38.** Mapa ruta del amasijo. Google Maps (2019)

Esta ruta, relaciona el turismo gastronómico, con el turismo de bienestar, presente activamente en el turismo del municipio, gracias al posicionamiento que posee las instalaciones ofertantes de los yacimientos de aguas termales presentes en esta región, los cuales cuentan con una planta

turística enfocada en prestar servicios de la más alta calidad, por consiguiente este paquete brindara la oportunidad de conocer el patrimonio inmaterial de las cocinas tradicionales del municipio, pero el turista también podrá disfrutar de un agradable descanso en las aguas termales, este paquete está enfocado a las personas que buscan calidad y confort en sus viajes.

Por consiguiente, se plantea el siguiente itinerario.

Tabla 9.

*Itinerario turístico*

Itinerario Termales		
	Hora	Actividad
Día 1	8:00 Am - 9:00 Am	Encuentro con los Turistas
	9:00 Am - 10:30 Am	traslado a la vereda la palma
	10:30 Am - 11:30 Am	Visita a finca productora de maíz
	11:30 Am - 12:30 m	Traslado al municipio de Choachí
	12:30 m - 2:30 Pm	Almuerzo en el restaurante el fogón Chiguano
	2:30 Pm - 3:30 Pm	Visita cultural por el municipio de Choachí
	3:30 Pm - 4:00 Pm	Traslado al hotel Termales de Santa Mónica
	4:00 Pm - 4:30 pm	Check in en el hotel
	6:00 pm - 7:00 pm	Cena campesina
Día 2	8:00 p. m.	actividad integración
	7:00 am - 8:00 am	Transado vereda el pulpito
	8:00 Am - 9:00 Am	Desayuno campesino
	9:00 Am - 11:30 Am	Taller de amasijo
	11:30 Am - 12:30 m	Traslado al municipio de Choachí
	12:30 m - 2:00 Pm	Almuerzo en el restaurante en el Hotel
	2:00 Pm - 4:00 Pm	Tarde libre para disfrutar los termales
	4:00 Pm - 5:00 Pm	check out en el hotel y abordaje de transporte
	5:00 Pm - 6:30 pm	Regreso a la ciudad de Bogotá

Nota: Elaboración propia.

### 16.3.2 La ruta del amasijo Chiguano y la naturaleza.

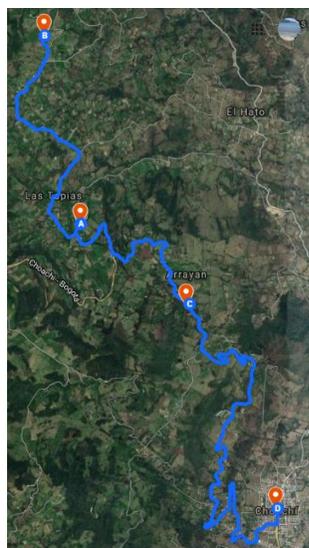


Figura 39. Mapa ruta del amasijo. Google Maps (2019)

Esta ruta se desarrolla después de la asociación del turismo gastronómico con el producto ecoturístico del municipio, al incorporar el parque natural la Chorrera, generando una propuesta que busca relacionar al turista con una experiencia llena de gastronomía y naturaleza, esta oferta está pensada con el fin de disminuir el costo del alojamiento, al hacer uso de la zona de camping del parque, esto favorece la captación del interés de los turistas jóvenes, que buscan alternativas de viaje a costos más bajos, lo que permitirá que la ruta tenga una mejor acogida dentro del mercado.

Tabla 10.

*Itinerario*

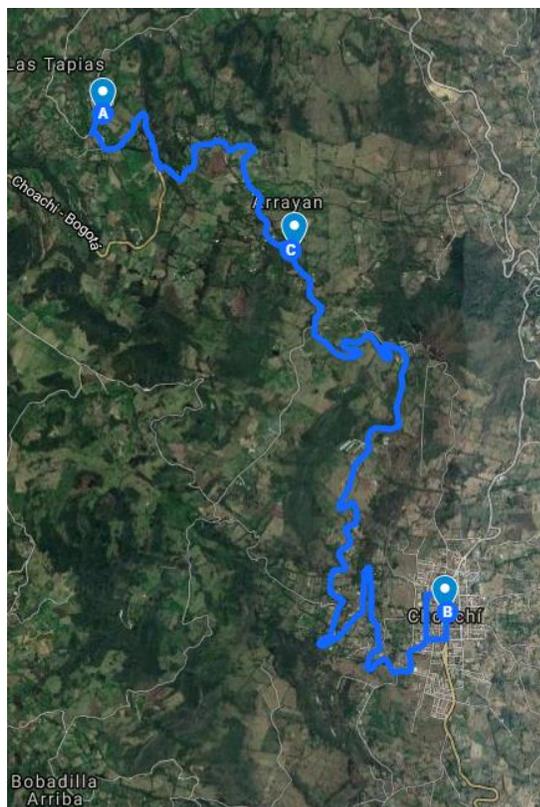
Itinerario Chorrera		
	Hora	Actividad
Día 1	8:00 Am - 9:00 Am	Encuentro con los Turistas
	9:00 Am - 10:30 Am	Traslado a vereda la palma
	10:30 Am - 11:30 Am	Visita a finca productora de maíz
	11:30 Am - 12:00 m	Traslado a la vereda la palma parque la chorrera
	12:00 m - 1:00 Pm	Almuerzo campesino
	1:00 Pm - 2:30 Pm	Visita cascada chiflón
	2:30 Pm - 5:00 Pm	Visita cascada chorrera
	5:00 Pm - 6:00 pm	Acomodación en zona de camping
	6:00 pm - 7:00 pm	Cena campesina
	8:00 p. m.	Fogata y canelazo
Día 2	7:00 am - 8:00 am	Transado vereda el pulpito
	8:00 Am - 9:00 Am	Desayuno campesino
	9:00 Am - 11:30 Am	Taller de amasijo
	11:30 Am - 12:30 m	Traslado al municipio de Choachí
	12:30 m - 2:00 Pm	Almuerzo en el restaurante el fogón Chiguano
	2:00 Pm - 4:00 Pm	Recorrido cultural por el municipio
	4:00 Pm - 5:00 Pm	Abordaje de transporte
	5:00 Pm - 6:30 pm	Regreso a la ciudad de Bogotá

*Nota:* Elaboración propia.

### 16.3.3 La ruta del amasijo Chiguano y la cultura.

Este paquete turístico se diseña como un pasadía, donde no se contempla la pernoctación durante el viaje, sin embargo, se plantean las actividades más relevantes del producto turístico, donde se llevan a cabo los acercamientos experienciales con las cocinas tradicionales del municipio, las cuales son el factor que se pretende potenciar con el diseño de esta propuesta de producto turístico.

En respuesta al factor planteado previamente, se diseña el siguiente itinerario.



**Figura 40.** La Ruta del Amasijo. Google Maps (2019)

Tabla 11.

*Itinerario Pasadía*

Itinerario Pasadía		
	Hora	Actividad
Día 1	6:00 Am - 7:00 Am	Encuentro con los Turistas
	7:00 Am - 8:30 Am	Traslado a vereda la palma
	8:30 Am - 9:30 Am	Desayuno campesino
	9:30 Am - 11:00 Am	Visita finca productora de maíz
	11:00 Am - 12:00 m	traslado al municipio de Choachí
	12:00 m - 1:00 Pm	Almuerzo tradicional
	1:00 Pm - 2:00 Pm	Visita guiada al municipio
	2:00 Pm - 2:30 Pm	Traslado la vereda el pulpito
	2:30 Pm - 5:00 pm	Taller de amasijos
	5:00 pm - 5:30 pm	Cena campesina
	5:30 pm - 7:00 Pm	Regreso a la ciudad de Bogotá

*Nota:* Elaboración propia.

## 16.4 Determinación de costos

Para poder favorecer la comercialización de los paquetes turísticos, anteriormente planteados se genera una determinación del costo de cada uno, con el fin de determinar el precio de venta unitario de cada uno, por consiguiente, para lograr esto se determina un porcentaje de utilidad del 20% con la determinación de hacer los paquetes atractivos para su comercialización por parte de las empresas promotoras de turismo que operan dentro del municipio.

### 16.4.1 La ruta del amasijo Chiguano y el agua.

Este itinerario, busca relacionar el patrimonio gastronómico del municipio, con los atractivos turísticos del municipio, incorporando dentro de esta ruta los termales de Santa Mónica, los cuales son conocidos como los atractivos turísticos del municipio con mayor representatividad del municipio, por lo tanto, se toma la decisión de incorporarlos dentro de esta ruta.

Este paquete se diseña con la intención de brindarle una alternativa a los turistas que desean tener experiencias de bienestar y relación con la naturaleza dentro de sus viajes, adicionalmente el hospedaje se realiza en el complejo turístico de los termales, dando como resultado un paquete enfocado a un segmentó de turistas que no escatime en gastos durante su viaje, el precio determinado para este paquete es de \$295.000 COP por persona.

Tabla 11.

*Costos la ruta del amasijo y el agua*

VARIABLES	AÑO REFERENCIA (2019)	COSTOS FIJOS	
VENTAS PROYECTADAS PARA EL AÑO (2019)	30	transporte	\$ 700.000,00
		tarjeta de asistencia medica	\$ 60.000,00
		guia turistico	\$ 300.000,00
		taller gastronomico	\$ 500.000,00
COSTOS FIJOS TOTALES (C.F.T.)	\$5.610.000,00	finca agroturistica	\$ 300.000,00
COSTOS VARIABLES TOTALES (C.V.T.)	\$1.450.000,00	alojamiento	\$ 3.750.000,00
COSTOS FIJOS UNITARIOS (C.F.U.)	\$187.000,00	<b>TOTAL COSTOS FIJOS/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 5.610.000,00</b>
COSTOS VARIABLES UNITARIOS (C.V.U.)	\$48.333,33		
COSTOS TOTALES UNITARIOS (C.T.U.)	\$235.333,33		
<b>% UTILIDAD NETA CON BASE EN EL PRECIO (PROYECTADA)</b>	<b>20,00%</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	
PRECIO VENTA	\$294.166,67	desayuno	\$ 200.000,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIOS)</b>	<b>23</b>	almuerzos (2)	\$ 900.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIA (M.C.U.)	\$245.833,33	cena	\$ 200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL (MCT)	<b>\$7.375.000,00</b>		\$ 150.000,00
COSTO DE VENTA	\$7.060.000,00		
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$8.825.000,00</b>		
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS (UAI)	\$1.765.000,00		
Intereses pagados por el uso del capital productivo (23.54% e.a.)	\$1.661.924,00	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 48.333,33</b>
UTILIDAD NETAS ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	\$103.076,00	<b>TOTAL COSTOS VARIABLES/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 1.450.000,00</b>
IMPUESTOS PAGADOS DE 33%	\$34.015,08		
<b>UTILIDAD UNITARIA BRUTA (POR CADA PAQUETE VENDIDO)</b>	<b>\$ 58.833</b>		

Nota: Elaboración propia.

### 16.4.2 La ruta del amasijo Chiguano y la naturaleza.

Este paquete turístico, busca generar una alternativa que disminuya el costo de alojamiento, con el fin de atraer al segmento de mercado que determina su decisión de viaje, basándose en el precio, por consiguiente se plantea el siguiente cuadro de costos, del cual se extrae el precio unitario de

compra del producto teniendo en cuenta que se genera partiendo de que será necesario la participación de un grupo de 30 personas para mantener el precio resultante el cual equivale a 145.000 COP por pax; adicionalmente cabe resaltar que el producto incluye transporte, alojamiento, alimentación, acompañamiento guiado, ingreso a los atractivos, talleres gastronómico, tarjeta de asistencia médica.

Tabla 12.

*Costos de paquete*

VARIABLES	AÑO REFERENCIA (2019)	COSTOS FIJOS / AÑO	
VENTAS PROYECTADAS PARA EL AÑO (2019)	30	transporte	\$ 600.000,00
		tarjeta de asistencia medica	\$ 60.000,00
		guia turistico	\$ 250.000,00
		taller gastronomico	\$ 500.000,00
COSTOS FIJOS TOTALES (C.F.T.)	\$1.980.000,00	ingreso parque la chorrera	\$ 270.000,00
COSTOS VARIABLES TOTALES (C.V.T.)	\$1.450.000,00	alojamiento	\$ 300.000,00
COSTOS FIJOS UNITARIOS (C.F.U.)	\$66.000,00	<b>TOTAL COSTOS FIJOS/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 1.980.000,00</b>
COSTOS VARIABLES UNITARIOS (C.V.U.)	\$48.333,33		
COSTOS TOTALES UNITARIOS (C.T.U.)	\$114.333,33		
<b>% UTILIDAD NETA CON BASE EN EL PRECIO (PROYECTADA)</b>	<b>20,00%</b>	<b>COSTOS VARIABLES / AÑO (Para 1000 SERVICIOS)</b>	
PRECIO VENTA	\$142.916,67	desayuno	\$ 200.000,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIOS)</b>	<b>21</b>	almuerzos (2)	\$ 900.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIA (M.C.U.)	\$94.583,33	cena	\$ 200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL (MCT)	<b>\$2.837.500,00</b>	finca de maiz	\$ 150.000,00
COSTO DE VENTA	\$3.430.000,00		
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$4.287.500,00</b>		
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS (UAII)	\$857.500,00		
Intereses pagados por el uso del capital productivo (23.54% e.a.)	\$807.422,00	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 48.333,33</b>
UTILIDAD NETAS ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	\$50.078,00	<b>TOTAL COSTOS VARIABLES/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 1.450.000,00</b>
IMPUESTOS PAGADOS DE 33%	\$16.525,74		
<b>UTILIDAD UNITARIA BRUTA (POR CADA PAQUETE VENDIDO)</b>	<b>\$ 28.583</b>		

Nota: Elaboración propia.

### 16.4.3 La ruta del amasijo Chiguano y la cultura.

El tercer paquete propuesto como resultado a la investigación es un pasadía, que relaciona todas las expresiones culturales del municipio, resaltando el patrimonio gastronómico, este itinerario se diseña para excursiones de un solo día, enfocado para las personas que buscan de estas actividades, para los fines de semana el precio propuesto para esta actividad es de \$110.000 COP.

Tabla 12.

*Costos Pasadía*

VARIABLES	AÑO REFERENCIA (2019)	COSTOS FIJOS	
VENTAS PROYECTADAS PARA EL AÑO (2019)	30	transporte	\$ 500.000,00
		tarjeta de asistencia medica	\$ 60.000,00
		guia turistico	\$ 200.000,00
COSTOS FIJOS TOTALES (C.F.T.)	\$1.560.000,00	taller gastronomico	\$ 500.000,00
COSTOS VARIABLES TOTALES (C.V.T.)	\$1.000.000,00	finca agroturistica	\$ 300.000,00
COSTOS FIJOS UNITARIOS (C.F.U.)	\$52.000,00		
COSTOS VARIABLES UNITARIOS (C.V.U.)	\$33.333,33	<b>TOTAL COSTOS FIJOS/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 1.560.000,00</b>
COSTOS TOTALES UNITARIOS (C.T.U.)	\$85.333,33		
<b>% UTILIDAD NETA CON BASE EN EL PRECIO (PROYECTADA)</b>	<b>20,00%</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	
PRECIO VENTA	\$106.666,67	desayuno	\$ 200.000,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIOS)</b>	<b>21</b>	almuerzos	\$ 450.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIA (M.C.U.)	\$73.333,33	cena	\$ 200.000,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL (MCT)	<b>\$2.200.000,00</b>		\$ 150.000,00
COSTO DE VENTA	\$2.560.000,00		
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$3.200.000,00</b>		
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS (UAIi)	\$640.000,00		
Intereses pagados por el uso del capital productivo (23,54% e.a.)	\$602.624,00	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 33.333,33</b>
UTILIDAD NETAS ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	\$37.376,00	<b>TOTAL COSTOS VARIABLES/AÑO (\$)</b>	<b>\$ 1.000.000,00</b>
IMPUESTOS PAGADOS DE 33%	\$12.334,08		
<b>UTILIDAD UNITARIA BRUTA (POR CADA PAQUETE VENDIDO)</b>	<b>\$ 21.333</b>		

*Nota:* Elaboración propia.

## 17 Estrategia de comercialización

Con el fin de comercializar el producto, se plantea la construcción de piezas publicitarias que permitan la difusión masiva de las características de la ruta, los cuales son resultado de la información recolectada por los investigadores, durante el desarrollo de esta investigación, por consiguiente, su elaboración buscara dar los mecanismos necesarios para promocionar el producto en diferentes canales.

Esto se logra con la creación de un sitio web del municipio (figura 33), donde se describen los atractivos turísticos, relacionados a los amasijos, hoteles y restaurantes del municipio y una galería de fotografías, donde se describen los principales atractivos del municipio, permitiendo generar un canal de comunicación directo, a través de las nuevas herramientas tecnológicas, dispuestas por el internet.

Adicionalmente se diseña un folleto, el cual puede ser distribuido en el punto de información turístico o en las agencias de viajes interesadas en promocionar el recorrido, esta herramienta brinda un folleto que represente una promoción tangible de la experiencia.



**Figura 41.** Página web. Elaboración propia.



**Figura 42.** Folleto promocional. Elaboración propia.

Finalmente se desarrolla un video donde se demuestra el taller gastronómico de los amasijos, el cual sirve para promocionar la ruta turística del municipio de Choachí, en canales virtuales o de televisión.

## **Conclusiones**

Durante el diseño de la propuesta de una ruta turística del municipio de Choachí, se logró la identificación de los diversos factores necesarios para la creación de un producto turístico, por lo tanto, se logra concluir las siguientes afirmaciones.

El municipio de Choachí, cuenta con un gran número de atractivos turísticos posicionados comercialmente, dentro de los cuales sobresalen 2 (dos) tipologías principales de turismo, estas son de orden natural y cultural, las cuales posicionan al municipio como un destino de alto interés dentro del departamento, por lo tanto en el primer capítulo de este proyecto se catalogaron los atractivos turísticos del municipio que pueden ser utilizados dentro de la formulación de la ruta del amasijo Chiguano, dentro de los cuales sobresalen los termales y el parque la chorrera.

Choachí, cuenta con un importante patrimonio cultural relacionado con las cocinas tradicionales, presentes en el pensamiento colectivo de los pobladores del municipio, formando una oferta gastronómica nutrida de recetas tradicionales, las cuales son utilizadas como factores complementarios de la actividad turística, pero sin tomar una mayor relevancia como factor motivador de viaje.

Choachí cuenta con una planta turística capacitada para atender un alto flujo de turistas, por lo tanto, favorece la formulación de diversos productos turísticos, ya que se puede hacer uso de la completa infraestructura que establecida en el municipio.

Los prestadores de servicios del municipio, se encuentran capacitados en factores de desarrollo turístico, mostrando un conocimiento claro de sus beneficios y problemáticas.

### **Recomendaciones**

Después de desarrollar este producto, el grupo de investigadores determina que el municipio cuenta con un terminal de transportes que debe ser mejorado, ya que sus instalaciones son ineficaces a la hora de recibir un alto flujo de turistas, por lo tanto se identifican demoras en épocas de temporalidad alta, adicionalmente el municipio no cuenta con un hospital, así que la atención de urgencias graves se hace en el municipio de Fomeque, lo que aumenta el significativamente el riesgo de los turistas que visitan el municipio, por lo tanto se determina que los entes gubernamentales deberán plantear estrategias de mejora en la infraestructura de estos lugares.

## Referencias

- Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, No 60, 927 - 930.
- Arévalo, J. M. (s.f.). *La tradición, el patrimonio y la identidad*. Obtenido de <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTURA2E.pdf>  
<http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTURA2E.pdf>
- Armstrong, P. K. (2007). *Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Aro, E. L.-Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, 161 - 171.
- Barrera, A. (2000). *Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos*.
- Bernal, S. J. (2017). *Ruta de la leyenda de El Dorado – Cultura y Tradiciones Gastronómicas de los Mhuysqa*. Bogotá: Universidad Cafam.
- Caro, Á. (23 de 09 de 2015). *Las cocinas tradicionales colombianas, nuestro patrimonio*. Obtenido de Ministerio de Cultura : <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/mes-del-patrimonio/patrimonio-cultural-al-alcance-de-todos/Paginas/Las-cocinas-tradicionales-colombianas,-nuestro-patrimonio.aspx>
- Casilimas, C. A. (2002). *Investigación*. Bogotá : ARFO Editores e Impresores Ltda.
- CHOACHI. (2012). *Informe de gestión del municipio de Choachi*. Choachi.
- cultura, m. d. (2012). *Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Falcón, J. P. (10 de JUNIO de 2014). *revista académica REDMARKA*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4869197.pdf>
- Fernández, B. D. (2015). *El diseño de productos y servicios turísticos*. Madrid : SÍNTESIS.
- Gobernación de Antioquia . (2011). *vigias del patrimonio*. *vigias del patrimonio*, 21.
- Hernandez, J. (2011). *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*. Sevilla.
- Leal, L. M. (2015). *Turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad*. Editorial UOC.

- Llano, F. A. (2016). *Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero*. Bogotá - Colombia: Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.
- Llano, F. A. (2016). Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero y la salazón, bases para el turismo alimentario en Nemocón. *Revista Colombiana de Geografía* 26 , 297.
- Mera, C. (04 de 2014). <http://www.carlesmera.com>. Obtenido de Marketing Turístico: <http://www.carlesmera.com/2014/04/como-crear-una-ruta-turistica.html>
- Ministerio de comercio industria y turismo . (2010). *metodologia para la elaboracion de inventarios turisticos*. Bogota .
- OMT. (2015). *RED DE GASTRONOMIA DE LA OMT*. MEDELLIN: UNWTO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura . (2015). *Comida, territorio y memoria*. bogota.
- Páez, D. (2004). *CULTURA Y PSICOLOGÍA SOCIAL*. Obtenido de ehu: [https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+II\\_Manual+Psic+Soc\\_2004.pdf](https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+II_Manual+Psic+Soc_2004.pdf)
- Sanabria, F. (2017). *Destacado balance del Año Colombia-Francia 2017 lo convierte en modelo de cooperación para ambos países*.
- Tabares, F. C. (2001). *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. Trillas .
- Taylor, K. . (2008). *Investigacion de mercados un enfoque aplicado*. bogota: mc graw hill.
- unesco . (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. mexico .
- Universidad interamericana de desarrollo. (2009). *Producto: concepto, atributo y beneficios*. mexico.
- universidad nacional de Colombia. (2016). alimentando nuestra memoria . *recetario muisca* , 14.
- Veloza, W. H. (2012). *Ecoturismo en el municipio de Choachí – Cundinamarca*. Bogota .
- Villasante, W. M. (26 de marzo de 2016). *asesores de turismo para empresas del peru* . Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>

## **Anexos**

### **Anexo 1. Modelo Grupo Focal**

#### **Grupo Focal**

Un grupo de estudiantes del programa de hotelería y turismo de la universitaria Agustiniana, necesita identificar las cocinas tradicionales del municipio de Choachí, para lograrlo se planea realizar un focus group, con una asociación de madres emprendedoras del municipio de Choachí, en la vereda el pulpito, el nombre de esta organización es la asociación el antojo, las cual brinda un espacio de una hora en sus instalaciones, el día 16 de marzo del año 2019, a las 9:30 AM.

Para conocer las opiniones e impresiones se auxiliarán del “Focus Group”, es por tal razón que se le pide a usted que lleve a cabo lo siguiente:

- Realice la segmentación del mercado
- Selección de la muestra
- Redacte la guía del moderador

#### **Segmento a Investigar:**

Para poder identificar las cocinas tradicionales del municipio, se necesita indagar en el pensamiento colectivo de la comunidad, por lo tanto, se requiere la participación de personas originarias de este sector, que tengan el conocimiento de las técnicas, ingredientes y tradiciones que construyen las recetas presentes en la tradición de las personas del municipio.

#### **Muestra:**

El grupo de participantes en la actividad, se conforma por las mujeres asociadas a la organización el antojo, la cual es una entidad fundada por madres emprendedoras de la vereda el pulpito, del municipio de Choachí.

<b>Edad</b>	<b>Personas Seleccionadas</b>	<b>Total</b>
30 – 40 años		
40 – 50 años		
50 – 60 años		
60 – más años		
<b>TOTAL</b>		

### **Guía del moderador**

#### **Presentación**

- **Presentación de los Moderadoras. Para que estos se sientan familiarizados al momento de realizar las preguntas**

Muy buenos días a todos, primero que todos queremos agradecerles por su tiempo y por brindarnos la maravillosa oportunidad de reunirnos con ustedes, y más aun de abrirnos la puerta de su asociación para que podamos culminar nuestra tesis, necesaria para la culminación de nuestro proceso académico.

En ese orden de ideas comenzaremos presentándonos a ustedes, nosotros somos, estudiantes de hotelería y turismo de la universitaria agustiniana, nuestros nombres son.... , y estamos realizando una investigación que busca proponer alternativas que potencialicen las cocinas tradicionales del municipio, como factor de interés turístico, a continuación les compartiremos la carta de presentación de la universidad, donde podrán verificar la veracidad de nuestra información.

- **Motivo de la reunión. Se explicará el porqué de la reunión.**

Esta reunión se utiliza para la identificación de las cocinas tradicionales presentes en el pensamiento colectivo de la comunidad de Choachí

- **Presentación de los participantes**

Sabemos que ustedes se conocen entre sí, pero ahora nos gustaría que nos den la oportunidad de conocerlas a ustedes, así que sería interesante que ustedes nos digan sus nombres hace cuánto tiempo viven ustedes y sus familias en esta vereda.

Además, nos gustaría que nos cuenten sobre cómo surge la idea de crear la asociación el antojo y la decisión de los productos que ustedes elaboran.

- **Tiempo de duración**

Sabemos lo complicado que es para ustedes sacara tiempo para esta reunión asi que trataremos de aprovechar al máximo el tiempo de esta actividad, la cual está diseñada para completarse en 1 hora.

### **Recomendaciones para la Sesión de Grupo**

- Solo se grabará el audio de esta entrevista, y si ustedes lo permiten realizaremos la captura de unas cuantas fotografías de la actividad, así que les pedimos el favor de que se mantengan tranquilos eso ayudará a obtener buenas respuestas de ustedes.
- Por favor que hable una sola persona a la vez y levante la mano para indicar que quiere hablar.

- Si usted tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que nos la haga saber.
- ¿Tienen alguna pregunta?

### **Romper el Hielo**

Ahora que ya nos conocemos, queremos compartir con ustedes un pequeño detalle que les trajimos a ustedes, el cual está conformada por algunos productos típicos de diferentes partes del país, donde al apropiarse de sus tradiciones han logrado verse beneficiados como comunidad, al potenciar este patrimonio como factor desarrollador del turismo.

Esto se logra apropiándose de su conocimiento y generando alternativas innovadoras de aprovechamiento de este recurso, por lo tanto con el desarrollo de nuestra investigación, buscamos que las personas portadoras de estos conocimientos como ustedes, logren aprovechar este potencial turístico y que sea la comunidad local, los directos beneficiarios de este desarrollo y no personas foráneas con el poder económico para aprovecharse de este potencial, en muchos casos estas personas son extranjeros y casos de este tipo los podemos identificar en el panorama nacional en diferentes lugares, por esta razón queremos que nuestra investigación logre darles las herramientas técnicas a la comunidad para que este fenómeno negativo del turismo no se presente en este territorio.

Por qué, así como el turismo puede beneficiar a la comunidad, también puede llegar a favorecer a unos pocos, lo cual es bastante negativo para la sostenibilidad en general y es lo que no queremos que pase con ustedes.

Nosotros al plantear esta investigación nos enfocamos al turismo que se desarrolla enfocado a las tradiciones gastronómicas del lugar que se visita, este tipo de turismo se denomina turismo gastronómico, y en la actualidad viene tomando cada vez más relevancia dentro de los intereses de los viajeros de todo el mundo, y las comunidades donde han logrado aprovecharlo de manera acertada, han logrado verse directamente beneficiados tanto económica como socialmente, algunos ejemplos de esto a nivel internacional son países como Perú o México, los cuales han logrado posicionar sus cocinas a nivel mundial, y en Colombia también tenemos ejemplos importantes de este fenómeno como el queso Paipa en Boyacá, Santander con su bocadillo veleño y Garzón Huila con sus famosa achiras, estos tres lugares han logrado ser reconocidos turísticamente por la

elaboración de estos productos, que han logrado incluso a romper fronteras con su producto, y eso precisamente es lo que ustedes pueden llegar a hacer si se lo proponen.

### **Preguntas**

Ahora queremos empezar a escucharlos a ustedes con el fin de que identifiquemos esas recetas que son más importantes para ustedes como comunidad y su valor cultural.

#### **Los contextos en los que se crean y recrean sus manifestaciones.**

- ¿Qué platos creen ustedes que son tradicionales del municipio?
- ¿Cuáles creen que son los amasijos más tradicionales del municipio de Choachí?
- ¿Tienen alguna receta que represente la vereda el pulpito?
- ¿Qué receta tradicional del municipio preparan para celebraciones importantes?
- ¿Qué celebraciones tienen un plato tradicional específico?
- ¿Qué alimentos recuerda comer desde pequeña?
- ¿Cuáles son los amasijos que recuerdan de toda la vida?
- ¿En qué ocasiones los preparaban?
- ¿Qué ingredientes creen que son tradicionales, típicos u originarios de este territorio?

#### **Sus mecanismos de transmisión.**

- ¿De qué recetas tradicionales conoce su elaboración?
- ¿De cuáles amasijos tradicionales conocen su elaboración?
- ¿Quién les enseñó el proceso de preparación de las recetas tradicionales?
- ¿Cuáles son las recetas que ustedes recuerdan haber aprendido de sus padres o abuelos?
- ¿De quién cree usted que ellos aprendieron a preparar estas recetas?

#### **Las situaciones que vulneran los conocimientos y las prácticas de sus manifestaciones.**

- ¿Creen que algunas de estas tradiciones se encuentran en peligro de ser olvidadas?
- ¿Por qué razón creen que se pueden olvidar?
- ¿sus hijos participan en la preparación de los productos que elaboran?

- ¿creen que la alta oferta de comida chatarra en el casco urbano pueda afectar sus tradiciones culinarias?

**La función que cumplen individuos o grupos en relación con ellas.**

- ¿Qué objetivos tienen ustedes con su asociación?
- ¿la asociación les ha permitido mejorar su estilo de vida?
- ¿Qué participación les gustaría tener en el desarrollo turístico del municipio?

**Las posibles estrategias de sensibilización, capacitación y difusión de sus manifestaciones.**

- ¿Qué estrategias se les ocurre para que la comunidad Chiguano se apropie de sus tradiciones gastronómicas?
- ¿Cómo creen que pueden mostrarle su patrimonio al mundo
- ¿Qué actividades se les ocurren para atraer turistas interesados en las cocinas tradicionales del municipio?

**La existencia o participación de instituciones relacionadas con ellas.**

- ¿Como es la participación que tiene la alcaldía en el apoyo a las asociaciones como ustedes?
- ¿Cuáles son los planes de la alcaldía en materia de desarrollo turístico?
- ¿Conocen algún proyecto de la alcaldía que busque resaltar las cocinas tradicionales del municipio?

**El compromiso de las instituciones y quienes participaron en la actualización de la información consignada en los procesos de identificación y recomendaciones de salvaguardia realizados**

- ¿Ustedes estarían interesadas en participar en el diseño de un taller gastronómico diseñado para turistas?
- ¿les parece la idea de un taller en donde le enseñen brevemente al turista la experiencia de preparar sus recetas tradicionales?
- ¿Saben que una actividad de este tipo les daría nuevas oportunidades de ingreso a su negocio, aprovechando los recursos que ya poseen?

**Agradecimiento por la Participación**

Muchas gracias a todas ustedes por su increíble colaboración, no saben lo importantes que es para nuestra investigación esta actividad, así que muchísimas gracias por su tiempo y participación

activa, les deseamos éxito en los proyectos que emprendan con su asociación y que sigan participando en la protección del patrimonio cultural del municipio de Choachí.

## **Anexo 2 Modelo de entrevista**

Muy buenos días a todos, primero que todos queremos agradecerles por su tiempo y por brindarnos la maravillosa oportunidad de reunirnos con ustedes, y más aun de abrirnos la puerta de su asociación para que podamos culminar nuestra tesis, necesaria para la culminación de nuestro proceso académico.

En ese orden de ideas comenzaremos presentándonos a ustedes, nosotros somos, estudiantes de hotelería y turismo de la universitaria agustiniana, nuestros nombres son..., y estamos realizando una investigación que busca proponer alternativas que potencialicen las cocinas tradicionales del municipio, como factor de interés turístico, a continuación, les compartiremos la carta de presentación de la universidad, donde podrán verificar la veracidad de nuestra información.

- **Presentación del entrevistado**

Se da el espacio para la presentación de la persona entrevistada, en este caso la secretaria de turismo del municipio

### **Preguntas**

#### **Preguntas de identificación de conocimiento de patrimonio gastronómico**

- ¿Qué platos creen ustedes que son tradicionales del municipio?
- ¿Cuáles creen que son los amasijos más tradicionales del municipio de Choachí?
- ¿Tienen alguna receta que represente la vereda el pulpito?
- ¿Qué receta tradicional del municipio preparan para celebraciones importantes?
- ¿Qué celebraciones tienen un plato tradicional específico?
- ¿Qué alimentos recuerda comer desde pequeña?
- ¿Cuáles son los amasijos que recuerdan de toda la vida?

- ¿En qué ocasiones los preparaban?
- ¿Qué ingredientes creen que son tradicionales, típicos u originarios de este territorio?

### **Preguntas de identificación de la participación gubernamental**

- ¿Cuáles son los planes de la alcaldía en materia de desarrollo turístico?
- ¿Qué piensa sobre la importancia del turismo gastronómico?
- ¿La alcaldía se encuentra interesada en potenciar el turismo gastronómico?
- ¿apoyan las manifestaciones de tradiciones gastronómicas del municipio de Choachí?
- ¿existe algún proyecto de la alcaldía que busque resaltar las cocinas tradicionales del municipio?
- ¿Existen procesos de investigación que documenten las cocinas tradicionales del municipio?
- ¿Como es la participación que tiene la alcaldía en el apoyo a los emprendedores en materia de turismo gastronómico?
- ¿Qué estrategias plantea la alcaldía para resguardar ese patrimonio cultural relacionado con las cocinas tradicionales?
- ¿Qué estrategias proponen para permitir que la población se beneficie directamente de este desarrollo turístico?

### **Preguntas de contexto del turismo del municipio**

- ¿Qué tan importante es la participación del turismo en la economía del municipio?
- ¿Qué tipo de turismo sobresale en el municipio?
- ¿Conocen la cantidad de turistas que visita Choachí?
- ¿Tienen identificados los intereses de los turistas que viajan a Choachí?
- ¿Cuál es el porcentaje de informalidad de los prestadores?
- ¿Campañas de formalización propuestas por la alcaldía?
- ¿Cree que las actividades turísticas han beneficiado a la comunidad?

### **Agradecimiento por la Participación**

Muchas gracias por su increíble colaboración, no saben lo importante que es para nuestra investigación esta entrevista, así que muchísimas gracias por su tiempo y participación activa, les deseamos éxito en los proyectos que emprendan con su gestión y que sigan participando en la protección del patrimonio cultural del municipio de Choachí.