

**Propuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de  
La Candelaria-Bogotá.**

Angie Tatiana Carrera Romero

María Fernanda Jiménez Neuta

Natalia Santana Bocanegra

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2018

**Propuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de  
La Candelaria -Bogotá.**

Angie Tatiana Carrera Romero

María Fernanda Jiménez Neuta

Natalia Santana Bocanegra

Directora

Mónica Andrea Castro Chiguazuque

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

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2018

## **Dedicatoria**

Este trabajo de grado está dedicado principalmente a Dios, ya que nos permitió tener el valor y la motivación para realizar este trabajo de grado, el cual permite ver todas nuestras actitudes y conocimientos aprendidos durante 5 años de nuestra carrera, además que el paso a seguir del trabajo será cumplir nuestros sueños personales en favor propio y de nuestras familias.

A nuestros padres, hijos, seres queridos en el cielo porque por su amor y dedicación logramos culminar esta gran etapa de nuestra vida durante todos estos años, gracias a ellos estamos donde estamos y lograremos nuestras metas.

## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios principalmente porque con cada bendición recibida día a día a permitido que logremos todo lo que hemos soñado y deseado, además porque nos ha guiado en todo el proceso académico y en nuestras vidas personales en cada paso que realizamos dentro y fuera de la universidad.

Agrademos a todos los docentes que hicieron parte de nuestro aprendizaje diario por el largo de estos años y especialmente a la docente Mónica Andrea Chiguazuque directora de nuestro proyecto de grado, quien nos ha compartido todos sus conocimientos para entregar al máximo en este proyecto.

Nosotras (Angie Tatiana Carrera) agradezco a mi madre Olga Romero; padre Fredy Carrera; hermano Jaider Carrera y Pareja Edwin Bernal; porque me han apoyado y motivado para permitir cumplir este logro; (Natalia Santana), agradezco principalmente a mi madre Angélica Bocanegra el cual con su apoyo, dedicación y esfuerzo me motivo y me llevo a continuar con mis sueños, así mismo a mi esposo Diego Herrera que con sus consejos y su paciencia me permitieron no desfallecer durante este proceso y a mi hijo Alejandro Herrera que fue esa motivación para poder cumplir esta gran meta. (María Fernanda Jiménez); agradezco a mi madre Alba Lucia, hermano Santiago, pareja Juan David García; porque con sus consejos y compañía me ayudaron a cumplir cada una de mis metas al pasar cada uno de los semestres y especialmente agradezco a mi padre Hernando Jiménez quien me enseñó en vida el verdadero valor de la palabra estudio y dedicación para cumplir mis sueños en realidad, por esta razón dedico este proyecto de grado a Dios y a Él.

## **Resumen**

La alimentación es una necesidad de todo ser humano y esta se incluye dentro de cualquier itinerario de todo tipo de turismo, tenemos como objetivo principal presentar una propuesta de una ruta típica gastronómica en La Candelaria - Bogotá; con el fundamento de incentivar el turismo gastronómico en la ciudad de Bogotá con la idea de llevar en la ruta experiencias de la gastronomía típica que se encuentra alrededor de todo el país.

Se realiza un estudio sobre la gastronomía, y todo lo relacionado a esta desde la época de los indígenas y conquista del país hasta el día de hoy , dando un viaje por toda la gastronomía de todas las regiones de Colombia; además haciendo un énfasis de cómo se está desarrollando la gastronomía en la ciudad de Bogotá y específicamente en la localidad de La Candelaria; permitiendo así determinar la oferta de restaurantes que brindan a sus comensales experiencias de la cocina típica del país; además determinar a su vez el perfil del cliente el cual estaría interesado en la ruta típica gastronómica. Por último, se da la propuesta de la ruta con itinerarios, presupuestos y además de las estrategias del cómo será dado a conocer la misma.

*Palabras claves:* Ruta, gastronomía, turismo, experiencia

## **Abstract**

The alimentation is a necessity of every human, and it is included in any itinerary of all kinds of tourism, our main objective is present a proposal of a typical gastronomic route in La Candelaria - Bogota; trying to encourage the gastronomic tourism in Bogota, with the idea of give typical gastronomic experiences in the road.

We did a study about gastronomy and everything related to this since prehispanic times untill today, traveling around all the Colombian gastronomic regions, also making an emphasis on how the gastronomy is developing in Bogota and specifically in La Candelaria; thus allowing to determine the offer of restaurants which give dinner experiences of the typical cuisine in the country, also determine the kind of customer who would be interested in the gastronomic route. Finally, there is the proposal of the route with the itineraries, budgets and strategies of how we will it be made known by the people.

*Keywords:* Route, Gastronomy, Tourism, Experience.

## Tabla de contenido

Introducción .....	13
1. Planteamiento del problema.....	14
1.1. Formulación del problema .....	14
2. Justificación .....	15
3. Objetivos .....	16
3.1. Objetivo general.....	16
3.2. Objetivos específicos .....	16
4. Marco referencial .....	17
4.1. Marco teórico.....	17
4.1.1. Antecedentes.....	17
4.1.2. Casos de éxito.....	18
4.2. Marco conceptual.....	19
4.2.1. Gastronomía.....	19
4.2.2. Turismo gastronómico.....	19
4.2.3. Tradición culinaria.....	19
4.2.4. Ruta alimentaria.....	20
4.2.5. Ruta gastronómica.....	20
4.3. Marco geográfico.....	20
4.4. Marco legal .....	23
5. Metodología .....	26
5.1. Enfoque y tipo de investigación.....	26
5.2. Instrumentos.....	26
6. Capítulo I: Oferta gastronómica colombiana de la localidad de La Candelaria - Bogotá....	28
6.1. Antecedentes históricos de Colombia.....	28
6.2. El país y sus raíces .....	30
6.2.1. Indígenas.....	30
6.2.2. Época de la conquista.....	31
6.2.3. Africanos.....	32
6.3. Bogotá, capital de país .....	33
6.3.1. La Candelaria.....	35

6.4. Antecedentes de la gastronomía.....	37
6.5. La gastronomía colombiana .....	38
6.5.1. Región Caribe. ....	40
6.5.2. Región Insular. ....	42
6.5.3. Región Pacífica. ....	43
6.5.4. Región Orinoquia.....	44
6.5.5. Región Amazónica.....	44
6.5.6. Región Andina. ....	45
6.6. La gastronomía en la ciudad de Bogotá.....	47
6.6.1. Gastronomía en La Candelaria.....	48
6.7. Turismo gastronómico en Colombia y en la ciudad de Bogotá .....	56
6.7.1. La gastronomía en un contexto al turismo. ....	56
6.7.2. Turismo gastronómico. ....	57
7. Capítulo II: Perfil del cliente en relación con el turismo gastronómico colombiano. ....	59
7.1. Preferencias de los turistas.....	60
7.2. Perfil del turista internacional.....	60
7.2.1. Gastos del turista internacional.....	61
7.3. Perfil turista nacional .....	62
7.3.1. Gastos del turista nacional. ....	63
7.4. Perfil de turista gastronómico .....	64
7.5. Resultado final del perfil del turista interesado en la propuesta de la ruta típica gastronómica.....	66
8. Capítulo III. Propuesta de diseño y promoción de la ruta típica gastronómica colombiana 73	
8.1. Antecedentes de rutas gastronómicas .....	73
8.2. Propuesta de la ruta típica gastronómica en La Candelaria .....	76
8.2.1. Logotipo y eslogan.....	77
8.2.2. Propuesta de la ruta.....	78
8.2.3. Itinerario de la ruta.....	84
8.2.4. Mapa de la ruta típica gastronómica colombiana.....	86
8.3. Presupuesto general .....	87
8.4. Medios de divulgación de la ruta .....	89

8.4.1.Redes sociales.....	90
8.4.1.Página web.....	91
8.4.1.Folleto.....	93
Conclusiones.....	95
Recomendaciones.....	96
Referencias.....	97
Anexos.....	101
Anexo 1. Encuesta.....	101
Anexo 1.1 Resultados de las encuestas.....	103
Anexo 2. Entrevistas.....	110

## Lista de tablas

Tabla 1. Principales productos por departamentos de Colombia. ....	29
Tabla 2. Descripción de las culturas indígenas de la Región Caribe .....	41
Tabla 3. Oferta gastronómica de La Candelaria – Bogotá. ....	52
Tabla 4. Variables para determinar el perfil del turista .....	71
Tabla 5. Perfil del turista para la ruta típica gastronómica colombiana .....	71
Tabla 6. Rutas gastronómicas en Colombia .....	74
Tabla 7. Rutas gastronómicas internacionales .....	75
Tabla 8. Itinerario de la ruta típica gastronómica.....	84
Tabla 9. Costo variable.....	87
Tabla 10. Costos Fijos .....	88
Tabla 11. Precio de la ruta típica gastronómica colombiana.....	88
Tabla 12. Operación mensual de la ruta típica gastronómica colombiana.....	89
Tabla 13. Presupuesto inicial de mercadeo .....	90

## Lista de figuras

<b>Figura 1.</b> Plaza De Bolívar .....	21
<b>Figura 2.</b> Calles de La Candelaria .....	22
<b>Figura 3.</b> Mapa de comunidades indígenas colombianas .....	30
<b>Figura 4.</b> Mapa geográfico de localidades de Bogotá .....	34
<b>Figura 5.</b> Ubicación geográfica de La Candelaria en Bogotá .....	35
<b>Figura 6.</b> División geográfica de La Candelaria .....	36
<b>Figura 7.</b> División geográfica de La Región Caribe.....	40
<b>Figura 8.</b> División geográfica de la Región Insular .....	42
<b>Figura 9.</b> División geográfica de la Región Pacífica.....	43
<b>Figura 10.</b> División geográfica de la Región Orinoquia .....	44
<b>Figura 11.</b> División geográfica de la Región Amazónica .....	44
<b>Figura 12.</b> División geográfica de la Región Andina.....	45
<b>Figura 13.</b> Mapa gastronómico de La Candelaria .....	50
<b>Figura 14.</b> Motivación de viajar a Colombia.....	61
<b>Figura 15.</b> Gasto de turistas internacionales.....	62
<b>Figura 16.</b> Gasto total del turista internacional .....	62
<b>Figura 17.</b> Motivación de Viaje de turistas nacionales .....	63
<b>Figura 18.</b> Gasto total del turista nacional.....	63
<b>Figura 19.</b> Turistas que realizan actividades gastronómicas en Bogotá.....	64
<b>Figura 20.</b> Edad de visitantes en el IV congreso gastronómico “Sabor Candelaria”(2017) ...	66
<b>Figura 21.</b> Genero de visitantes en el IV congreso gastronómico “Sabor Candelaria”(2017)	67
<b>Figura 22.</b> Tabulación de la edad de los visitantes (2018) .....	68
<b>Figura 23.</b> Preferencia de la comida de los visitantes encuestados .....	69
<b>Figura 24.</b> Precio promedio de la ruta escogido por los visitantes encuestados .....	70
<b>Figura 25.</b> Logo de la ruta típica gastronómica colombiana .....	77
<b>Figura 26.</b> Arte y pasión Café .....	78
<b>Figura 27.</b> Restaurante Puerta De La Catedral.....	79
<b>Figura 28.</b> Entrada “Edad de Plátano” .....	80
<b>Figura 29.</b> Restaurante Origen Bistró.....	80
<b>Figura 30.</b> Plazoleta Chorro de Quevedo .....	81
<b>Figura 31.</b> Cuajada con salsas .....	81

<b>Figura 32.</b> Las Benditas bebidas .....	82
<b>Figura 33.</b> Museo “La bendita Chichería” .....	82
<b>Figura 34.</b> Teatro Colon .....	83
<b>Figura 35.</b> Mapa de la ruta típica gastronómica colombiana .....	86
<b>Figura 36.</b> Instagram de la ruta típica gastronómica colombiana .....	90
<b>Figura 37.</b> Facebook de la ruta típica gastronómica colombiana .....	91
<b>Figura 38.</b> Código QR de la página Web .....	91
<b>Figura 39.</b> Página Web de la ruta .....	92
<b>Figura 40.</b> Página Web de la ruta .....	92
<b>Figura 41.</b> Folleto (Cara frontal) .....	93
<b>Figura 42.</b> Revés del folleto de la ruta .....	93
<b>Figura 43.</b> Contenido del folleto de la ruta .....	94

## Introducción

Teniendo en cuenta que la alimentación es una necesidad de todo ser humano y esta se incluye dentro de cualquier itinerario de todo tipo de turismo, tenemos como objetivo principal presentar una propuesta de una ruta típica gastronómica en La Candelaria Bogotá; con el fundamento de incentivar el turismo gastronómico en la ciudad de Bogotá con la idea de llevar en la ruta experiencias de la gastronomía típica que se encuentra alrededor de todo el país.

En el capítulo I, se realizó una investigación sobre la gastronomía desde todas sus perspectivas y acontecimientos teniendo en cuenta todo lo relacionado a esto desde la época de los indígenas y conquista del país hasta el día de hoy, dando un viaje por toda la gastronomía desde ¿qué es?, ¿cómo se desarrolló en cada una de las regiones que comprende el territorio Colombiano?, además haciendo un énfasis de ¿cómo se está desarrollando la gastronomía? en la ciudad de Bogotá y específicamente en la localidad de La Candelaria. Además, se habla del turismo gastronómico en su concepto, y desarrollo en otros países. Por último, el capítulo termina con la oferta gastronómica de restaurantes que tiene La Candelaria en un contexto de que brindan a sus comensales comida típica nacional.

En el siguiente capítulo se da paso a la determinación del perfil del turista indicado para la propuesta de la ruta típica gastronómica teniendo en cuentas las variables, demográficas, psicológicas, gustos preferencias, comportamientos, entre otros; de las personas encuestadas en el V congreso “Sabor Candelaria” desarrollado en el mes de septiembre de 2018 en toda la localidad.

En el Capítulo III se puede observar que se unen los dos últimos objetivos en los cuales se evidencia la propuesta de la ruta típica gastronómica y adicional a este la manera en la cual se dará conocer la misma.

## **1. Planteamiento del problema**

Desde hace mucho tiempo, el desplazamiento de una persona tiene como necesidad dentro de esta, el conocer nuevas culturas; desde el entorno habitual de las personas desean conocer culturas que nunca hayan visto, por ende, serán la de los antepasados. Es por esto que la gastronomía empieza a jugar un papel importante, puesto que es considerada un elemento integral de la cultura de un lugar donde se puede impulsar el mismo por medio del turismo. La gastronomía se ha convertido en una motivación para las personas a la hora de elegir un destino, puesto que miran si en el lugar escogido, les brinda una buena oferta gastronómica.

La cultura gastronómica en Colombia ha tenido una disminución en cuanto al consumo, por ende, se propone diseñar una ruta con esta temática en la localidad de La Candelaria, buscando así tener un mayor reconocimiento de los platos típicos de cada región del país y así resaltar la cocina tradicional colombiana.

Se ve como un problema la falta de apropiación de la cocina tradicional y típica colombiana, dado que los residentes como los turistas nacionales e internacionales, no tienen la información básica sobre este tema, por ende, es una necesidad brindar espacios y formas para darlo a conocer.

### **1.1. Formulación del problema**

¿Cómo se puede contribuir con el reconocimiento de la gastronomía colombiana por medio de una ruta turística basada en la comida típica de las regiones del país?

## **2. Justificación**

La presente investigación se enfocará en una ruta turística gastronómica cuyo fin es dar a conocer la cocina tradicional y típica colombiana teniendo en cuenta sus antecedentes desde cada una de las regiones, como también de los establecimientos de restauración que tienen dentro de su oferta platos típicos, buscando así incentivar a los turistas al conocimiento de este tema y a los residentes a una apropiación de su identidad gastronómica y cultural.

La gastronomía colombiana es un tema extenso para hablar dado que es una de las riquezas con la que cuenta el país; por ejemplo, los ingredientes o materias primas son de primera mano, por sus diferentes climas y pisos haciendo así una mayor producción agrícola. Las personas residentes no poseen ese sentido de pertenencia como una cultura gastronómica, puesto que no se apropian de la cocina; un gran ejemplo a seguir es la República de Perú; país conocido por su riqueza gastronómica y apropiación del tema, exaltando la gastronomía y posicionándola en el mundo.

En este momento los turistas nacional e internacional viajan con el objetivo de conocer la cultura del lugar, pero principalmente la cultura gastronómica, dado que la comida es un elemento que puede encontrar en cualquier lugar, donde se posiciona en la vista y mente de cualquier turista.

### **3. Objetivos**

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

Diseñar una ruta típica gastronómica colombiana, en la localidad de La Candelaria Bogotá.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Identificar la oferta gastronómica de las regiones colombianas, en la localidad de La Candelaria.
2. Determinar el perfil del cliente en relación con el turismo gastronómico colombiano.
3. Estructurar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La Candelaria potencializando sus atractivos turísticos y usando medios de divulgación para darla a conocer.

## 4. Marco referencial

### 4.1. Marco teórico

#### 4.1.1. Antecedentes.

Dado a que la alimentación es una necesidad que tiene todo ser humano, sin importar creencias, religiones, país de origen o gustos. En cualquier aspecto (Schlüter, 2006, pág. 1) afirma que: “la comida está indiscutiblemente asociada al turismo, ya sea como forma de alimentarse fuera del lugar de residencia habitual, como por el simple hecho de visitar un sitio por la comida que ofrece”. (Citado de Barnier, 2003).

En cualquier viaje la gastronomía es muy importante dado que el turista está obligado a trasladarse, tener un tiempo de ocio, recreación y estará expuesto en cualquier ámbito a los alimentos. En el turismo gastronómico se tiene en cuenta a todo ese grupo de personas que durante su viaje realizan actividades relacionadas al patrimonio gastronómico en un entorno diferente con el fin de consumir productos, alimentos, servicios; además de esto disfrutarlos y adquirirlos como una experiencia. (Schlüter, 2006, págs. 10-14 )

Con el pasar del tiempo, en la gastronomía se empiezan a diferenciar varios tipos de cocina, como lo son la tradicional, típica y popular. La cocina colombiana es un elemento importante dentro de la cultura del país, y se vuelve parte del patrimonio intangible de Colombia. En una entrevista a un chef; la autora (Castillo, 2014, págs. 23- 24) recibe como respuesta que:

“La cocina tradicional no es necesariamente típica y popular: por un lado, la cocina que es accesible y consumida por una gran porción de la población es entendida como cocina popular, y por el otro lado, la comida típica es aquella que identifica una región o comunidad y se encuentra instaurada en el imaginario de las personas. Pese a que estas tres categorías no son equivalentes, un plato puede recogerlas a todas: por ejemplo, la bandeja paisa es tradicional porque se ha venido preparando de generación en generación, con la receta de la abuela, es típica porque es la marca de la comida paisa y está en el imaginario de todo el mundo, y es popular porque se encuentra en todas partes y todos pueden consumirla”.

La gastronomía se establece como un elemento en la promoción de un destino y en la competitividad del mismo puesto que es capaz de atraer y satisfacer a los turistas haciendo que la alimentación y la cocina es una experiencia única y que el turista decide encontrar como parte de la cultura del destino visitado.

Para la Organización Mundial de Turismo (2012) menciona que: “Las rutas gastronómicas son valoradas como la segunda mejor opción de oferta gastronómica que pueda desarrollar un destino después de los eventos gastronómicos” (Jeambey, 2016, pág. 6)

Tanto en países en vía de desarrollo, como en países industrializados, las rutas gastronómicas han sido creadas como plataformas para dinamizar económicamente zonas agrícolas que históricamente se quedaron al margen de las actividades turísticas, mediante una propuesta de turismo sostenible, apostando por la preservación del medioambiente y de las culturas locales.

Cuando se prepara para diseñar una ruta gastronómica se debe tener en cuenta aspectos como: la señalización, accesibilidad, horarios, disponibilidad de agentes, campaña de promoción, oferta de alojamiento. (Jeambey, 2016, pág. 5)

#### **4.1.2. Casos de éxito.**

Existen una infinidad de variedad de rutas gastronómicas, para la muestra se encuentran países como Francia, España y México.

En Francia las rutas gastronómicas o solo hacen ver la cultura del mismo, sino que es la preparación de la ruta establece lazos de colaboración entre varios agentes que sirven a la ruta; todos con un fin de calidad y autenticidad y de tradición. El queso es un ejemplo claro de este, ya que en medio de la ruta desarrollada en este así, cuentan con todos los procesos de origen, procedimientos, preparación siendo este el producto estrella del país. (Jeambey, 2016, pág. 6)

En España, las rutas gastronómicas son implementadas con el fin de promover el desarrollo rural con temas de calidad y agricultura rescatando la cadena de valor del producto desde la producción hasta el momento del consumo. La ciudad de Cataluña es reconocida por ser considerado un destino gastronómico por la tradición gastronómica, además de tener prestigiosos cocineros y concentración de restaurantes que tienen estrellas Michelin. (Jeambey, 2016, pág. 6)

Otro país referente de rutas gastronómicas es México, el cual tiene 18 recorridos por todo el país resaltando la tradición culinaria y permitiéndole al turista tener una experiencia gastronómica más completa del país, complementando con cultura y demás atractivos turísticos “La cocina mexicana fue nombrada durante el 2010 como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, este reconocimiento otorgado por la UNESCO, coloca a México en una excelente situación para potencializar su oferta turística y detonar a la gastronomía mexicana, tradición” (SECTUR, s.f , pág. 4)

## **4.2. Marco conceptual**

### **4.2.1. Gastronomía.**

El origen de la gastronomía proviene del griego “gastros” y “nomos”; gastros significa estómago y nomos conocimiento o ley. La gastronomía tiene una relación entre la comida y la cultura; debido a que una persona usualmente, prepara, degusta, investiga, descubre, crea y diseña. Además, que es considerada como parte fundamental del reconocimiento e identificación de un país. “La gastronomía, las tradiciones que conlleva, las técnicas y maneras de elaborar los alimentos, hacen parte esencial de la cultura de un país”. (Montaña, 2016, pág. 15).

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

### **4.2.2. Turismo gastronómico.**

El turismo gastronómico es una tipología de turismo en donde la cocina del país es una actividad principal y además la razón por la cual viajan a conocer un destino. Este turismo está dirigido no solo a personas del buen comer o chefs, si no está dirigido a todo tipo de personas que estén interesada en la gastronomía y que desean experimentar una nueva aventura de la mano de los alimentos, platos, tradiciones y hasta componentes de producción de los mismos. Las actividades que se realizan en esta, no solo es visitar restaurantes y degustar platos, también incluye vistas a mercados, tienda de alimentos, visita a casa antiguas, participación de ferias gastronómicas. Adicional a eso (Millan, 2010, pág. 9) aseguran que: “El turismo gastronómico es un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona”.

### **4.2.3. Tradición culinaria.**

Arturo Santamaría en su libro de cultura gastronómica afirma que la tradición culinaria se refiere a: “Los recetarios transmitidos oralmente a través de una serie de procesos configurados por varias formas y actividades de la vida cotidiana como la vida familiar o las diferentes formas en las que se relacionan padres e hijos” (Santamaria, 2010, pág. 7)

La tradición culinaria va muy ligada a la tradición oral puesto que es un sistema que interpreta el mundo cultural; usado como un lenguaje que brinda variedad en tipos de procesos de comunicación. En la gastronomía la tradición oral representa significados simbólicos que se dan en el acto de cocinar, donde estos son referidos a las tradiciones que son transmitidas y que

cuentan con significados sentimentales. En el momento de una interacción salen a relucir puesto que no solo es importante la preparación u origen de los alimentos, sino las habilidades, expresiones y sentimientos de cualquier tipo de cocinero y que son transmitidas a otros. (Santamaria, 2010, pág. 7)

#### **4.2.4. Ruta alimentaria.**

La ruta alimentaria es entendida como un itinerario que permite disfrutar de una manera organizada el proceso productivo industrial y la degustación de platos que tienen productos regionales, y no le otorga importancia a la degustación en específico de platos tradicionales. Se enfatiza más a los productos y no en la cocina tradicional y típica. (Arriola, s.f, pág. 6)

#### **4.2.5. Ruta gastronómica.**

Las rutas gastronómicas permiten el descubrimiento de un territorio o zona relacionado con el patrimonio culinario local o regional. Se enfatiza en la degustación de la cocina tradicional. Al igual que la ruta alimentaria se maneja un itinerario organizado con la diferencia que las degustaciones ofrecidas es de platos típicos de la región, como también del disfrute de actividades culturales, deportivas respetando el entorno ambiental. (Arriola, s.f, pág. 6)

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

En el artículo de La revista de turismo y patrimonio cultural se afirma que:

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

### **4.3. Marco geográfico**

Bogotá capital de la Republica de Colombia, se posiciona como una ciudad turística para nacionales y extranjeros; dado a que la oferta turística es variada y para todos los gustos. Cuenta con edificaciones arquitectónicas; un ejemplo claro de este, es el centro histórico de la ciudad, conocido como La Candelaria desde el siglo XVI. En la guía Bogotá: La ciudad narrada, Antonio Morales afirma que:

“El centro histórico de Bogotá se conoce con el nombre de la Candelaria y aún conserva el recuerdo del pequeño poblado que fuera. Sus calles estrechas y empinadas, sus casonas con tejados y aleros coloniales fueron cuna y aposento de la aristocracia criolla y española” (p. 25).

Para la llegada a la localidad el punto de referencia era en ese entonces la plaza de Bolívar puesto que allí se encuentran la mayoría de los atractivos de arquitectura colonial y republicana como también iglesias y edificios del gobierno.



**Figura 1.** Plaza De Bolívar. Bogota.gov.co (2018).

“La emblemática plaza de Bolívar se encuentra enmarcada por las más importantes edificaciones civiles y religiosas entre ellas la Casa del 20 de julio donde se iniciará la revolución independentista, la Catedral Primada de Colombia, el Capitolio Nacional, sede del poder legislativo; el Edificio Liévano, sede de la Alcaldía Mayor de Bogotá- todos ellos acervo patrimonial de Colombia-; y el más reciente el Palacio de Justicia.” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 25)

La Candelaria es la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, considerada muy importante puesto que formó parte de la fundación de la ciudad el 6 de agosto de 1538 por Gonzalo Jiménez de Quezada, en la plaza de Chorro de Quevedo. Además, se considera como el sector más antiguo de la ciudad, por ende, un acontecimiento o hechos históricos importantes. “En 1963, el Centro Histórico de Bogotá, inmerso en la localidad, fue reconocido como monumento nacional. Sus casas, edificios, iglesias y calles, dan cuenta de este reconocimiento” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 24)

La UPZ que conforma a La Candelaria es tipo 8 la cual quiere decir que tiene en dominio de áreas destinadas a la producción de equipamiento urbano y metropolitano las cuales se deben manejar en condiciones especiales. Se menciona que cuenta con 9 barrios los cuales son:

“La Catedral, que coinciden con la zona donde se ubican los edificios de mayor altura. En el barrio Centro Administrativo prevalece la actividad cultural e institucional. En los barrios Egipto, La Concordia y Las Aguas existe una presencia importante de instituciones educativas, especialmente de universidades privadas que han construido sus campus en el borde oriental del área de estudio, con edificios aislados implantados en grandes zonas verdes” Citado en (González, 2012, pág. 7)

El alcalde de la localidad es Manuel Augusto Calderón Ramírez, encargado de toda la parte administrativa y de velar por la seguridad, el buen uso de los espacios públicos y la protección del patrimonio, junto con la ayuda de la policía de turismo la cual vela por los lugares de atracción turística y restaurantes. Este es un punto importante en la elección del lugar como punto de referencia para la realización de la ruta, puesto que su seguridad es constante; como también el hecho que es la zona histórica de la ciudad y por ende termina siendo un lugar que todo turista debe conocer en la ciudad. “Para apreciar La Candelaria hay que estar atentos a infinidad de detalles: viejas puertas, emblemas, zaguanes, balcones, ventanas ornamentadas y desde luego habitantes que fluctúan entre los viejos rolos y cachacos y una población joven ligada actividades académicas o culturales” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 25).



**Figura 2.** Calles de La Candelaria. Bogotá.gov.co (2018).

El sector de La Candelaria, sector cultural y patrimonio de Colombia, ofrece a los turistas y visitantes residentes de Bogotá una oferta en general de rutas turísticas para todos los gustos,

centros de artesanías y culturales, ferias, festivales, alojamiento y una zona gastronómica variada. “El barrio como destino turístico ha acogido tanto restaurantes de comida típica Bogotana como de las diferentes regiones del país, cada una influenciada tanto por la geografía, como por las diferentes migraciones a lo largo de los siglos”. (Montaña, 2016, pág. 34).

#### **4.4. Marco legal**

Para la implementación de la ruta típica gastronómica, es necesario tener en cuenta las leyes que sustentan los diferentes entes reguladores del turismo y así mismo la protección del turista.

Es necesario conocer de la ley 300 de 1996 ya que allí se encuentra las normas que deben ser cumplidas para ejercer la actividad turística de manera adecuada, como se debe incentivar el cuidado del patrimonio cultural. Se tendrá en cuenta el artículo 30 de esta ley debido a que habla del desarrollo turístico debe estar en mutuo acuerdo con las corporaciones regionales para incentivar, conservar, favorecer y proteger todos aquellos recursos sostenibles que deben ser cuidados. En el artículo 71 de esta misma ley hace referencia a que todo prestador de servicios turísticos antes de ejercer sus operaciones debe realizar su inscripción en el registro nacional del turismo, de no hacerlo estará sujeto a la imposición de sanciones o multas que oscilan entre los 5 y 50 smlv, expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (ANATO, 2006, págs. 38-39).

Teniendo en cuenta lo anterior mencionado para la realización de la ruta típica gastronómica es indispensable que el guía contratado cuente con su registro nacional de turismo con el fin de dar seguridad a los turistas y a los posibles clientes de la ruta, además de esto dará viabilidad al desarrollo de la misma.

Por otro lado, todas aquellas entidades que se dediquen a la prestación de servicios turísticos deberán cumplir con el pago de impuestos correspondientes a la actividad realizada, esto se evidencia en la ley 1101 de 2006 allí se encontrara la información detallada de los procedimientos que deben realizar para establecer el monto de los impuestos.

La ley 1558 de 2012 en el artículo 10 tiene como objetivo la regulación de la actividad turística con el fin de promover el aprovechamiento tanto de atractivos turísticos como de recursos nacionales a través de la promoción y del desarrollo sostenible del destino, además de esto mejorar la calidad de los sectores públicos y privados. (Mincit, 2012, pág. 1)

Según el artículo 6 de la resolución 2534 de 2006 existe un grupo de protección al turista el cual garantizará la seguridad del mismo, de tal manera se hará seguimiento a los reclamos y

quejas presentadas por el incumplimiento de servicios y el no debido proceso por parte de los prestadores turísticos. Además de esto llevar un control de toda la información relacionada con las certificaciones de servicios hoteleros. Con relación a lo anterior este artículo exige a todos los prestadores de servicios turísticos que se adapten y además que incentiven las buenas conductas a la hora de promocionar un destino turístico con el fin de prevenir la prostitución de menores de edad. Ministerio de comercio, industria y turismo (07 de noviembre de 2006). Por la cual se crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones. (Mincit, 2006, págs. 2- 6 )

El decreto 3075 de 1997 el cual se modifica por la ley 09 de 1979, regula todas aquellas actividades que por algún motivo puedan incidir en el riesgo por el consumo de alimentos se aplica a todo establecimiento que se dedique a la fabricación, almacenamiento, distribución, preparación o envase de alimentos, realizando frecuentemente controles sanitarios con el fin de garantizar la salud del consumidor. Se tiene en cuenta que existen alimentos que presentan riesgo en salud como lo son carnes, leche y derivados lácteos, todos los productos que son preparados a base de huevo, agua envasada, entre otros. Es necesario que cada establecimiento informe su funcionamiento a las autoridades sanitarias con el fin de que ellos realicen vigilancia y lleven un control, así como lo determina el artículo 6 de esta misma ley. Las edificaciones de los establecimientos dedicados a factores gastronómicos deben contar con una buena ubicación donde los alimentos no puedan contaminarse fácilmente, de igual manera mantener todas las instalaciones en perfecto estado de limpieza evitando la acumulación de basuras. Toda el agua que se utilice debe ser potable, siempre y cuando no vaya a presentar contaminación, así como se plasma en el artículo 8. De igual forma el establecimiento debe contar con instalaciones sanitarias independientes tanto para mujeres como para hombres con el fin de incentivar la higiene en el personal. (Invima, 1997, págs. 7 - 15 )

La NTS - GT 012; evidencia todos los requisitos que se deben tener en cuenta para planificar y ejecutar todo lo relacionado con la prestación del servicio de guianza. El guía debe preparar cada detalle con el fin de que todo salga exitosamente, así como establecer planes de acción, el guía debe demostrar todos sus conocimientos adquiridos, demostrar que se desenvuelve bien con los temas que está tratando, entre otros. (Mincit, 2016, págs. 4-9)

La NTS - GT 014; muestra todos los requisitos establecidos y necesarios para que el guía de turismo pueda realizar su guianza en una segunda lengua no solo lengua nativa si no también lengua de señas, cuando se requiera. Teniendo en cuenta que es indispensable conocer esta NTS para la buena ejecución del recorrido, se basan en los criterios de desempeño que se establecen en la NTS GT 012 así como los conocimientos y requerimientos de la misma. Es indispensable que domine una segunda lengua y así mismo que este certificado como mínimo en nivel B2. (Mincit, 2018, págs. 4-9).

## **5. Metodología**

### **5.1. Enfoque y tipo de investigación**

Para el presente estudio la metodología propuesta es de enfoque mixto, debido a que contara con datos cualitativos y cuantitativos; en el cualitativo se tiene en cuenta las cualidades de las personas, turistas que estarían interesados en la ruta típica gastronómica y de datos cuantitativos por medio de la aplicación de encuestas; donde al terminar los análisis se puede determinar que el proyecto tendrá un enfoque abierto debido a que se puede investigar con diferentes herramientas; permitiendo así dar un análisis para cada una de ellas.

Se realizará una investigación de campo, aplicando instrumentos para la recolección de datos como encuestas y entrevistas, estas se harán en medio de un congreso gastronómico que se desarrolla anualmente en la localidad, integrando a los visitantes y organizadores del mismo. Lo que se busca es incentivar la población flotante en las calles, y se rectificará con que tanta frecuencia visita esta localidad y que tan interesados están en hacer parte de una ruta turística gastronómica con un concepto de comida nacional típica.

### **5.2. Instrumentos**

Estos son determinados para cada uno de los objetivos, en el primero se determina que el instrumento a usar será un diagnostico o una investigación de la gastronomía en todos sus aspectos, el turismo gastronómico y determinar la oferta gastronómica de restaurantes que ofrecen comida típica en la localidad de La Candelaria. En el segundo objetivo se determina que los instrumentos a usar serán entrevistas y encuestas. Para determinar el perfil del turista según las encuestas, se analizarán los gustos y preferencias como un concepto de comportamiento del mismo.

#### **- Entrevistas**

Se elabora 3 entrevistas con preguntas abiertas, pensadas en las mayores personas que puedan aportar a un contexto histórico en la realización y diseño de la ruta; por lo cual se escoge realizar entrevistas dirigidas a chefs colombiano e internacional; como también, del organizador del congreso gastronómico.

#### **- Encuestas**

Se usa un cuestionario de 10 preguntas dirigidas a los visitantes y turistas del congreso gastronómico, con el fin de determinar el perfil del turista que adquirirá y está interesado en la ruta típica gastronómica colombiana.

Para la realización de las encuestas se determina que según datos brindamos por el organizador del congreso, los visitantes del mismo en la versión IV celebrada en el año 2017, afirma que el número promedio de visitantes fueron de 2000 personas puesto que a pesar de que es una semana el congreso, las personas repiten algunos días. Teniendo el número establecido se pasa a determinar el número de la muestra y definir cuantas encuestas se pueden aplicar para este año. Por consiguiente, se determina así:

n: Tamaño de la muestra (?)	N: Tamaño de la población (2000)
P: Probabilidad de que ocurra (0.05)	Q: Probabilidad de que no ocurra (0.05)
e: Error de muestreo (9.6 %) – (0.096)	Z: Porcentaje o fiabilidad 95 % (1.96)

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

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

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

$$n = \frac{3.8416 * 500}{(0,096)^2 (1999) + 3.8416 * 0,25}$$

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

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

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

Por medio de la anterior formula realizada se determina que el muestreo es el número de encuestas que se debe hacer para este trabajo en el congreso de gastronomía de este año; por la cual se decide aproximarlos a las 100 encuestas en total.

En el tercer y cuarto objetivo se determina que las herramientas a usar son un estudio conocido como estudio piloto; dado a que es una propuesta con estrategias de medios de divulgación de la misma y que la propuesta final podrá ser estudiada y determinar si es posible la aplicación real.

## **6. Capítulo I: Oferta gastronómica colombiana de la localidad de La Candelaria - Bogotá**

### **6.1. Antecedentes históricos de Colombia**

La República de Colombia está situada en el Sur del continente americano. Políticamente dividida en 32 departamentos y el distrito capital de Bogotá; teniendo así 1123 municipios en toda su extensión. Limita con Venezuela, Brasil, Perú, Ecuador y Panamá. “Colombia es un país ubicado en el trópico, que tiene costas sobre los océanos Pacífico y Atlántico”. (UNDP, s.f.)

Durante el siglo XIX Colombia tuvo diferentes cambios en la organización política llamándolo durante ese siglo de diferentes maneras, como: Provincias unidas, Gran Colombia; conformado por países como Colombia, Ecuador, Panamá y Venezuela; entre el año 1832 y 1858 se conoce como La nueva Granada, formada por Colombia y Panamá. En 1858 pasa a llamarse confederación granadina y después como Los Estados Unidos de Colombia; su último nombre: La República de Colombia.

Se puede evidenciar que la gran variedad de culturas dadas desde la conquista hasta hoy en día, es representada en cada una de las regiones del país; con muchos dialectos, costumbres y sabores. “Colombia, al noroccidente de América del Sur, es un país rico de muchas formas, con una amalgama de especificidades étnicas y regionales que conllevan prácticas sociales, cosmovisiones y culturas distintas que son reconocidas y protegidas por la Constitución de 1991.” (UNDP, s.f.)

El país cuenta con una gran variedad de climas, puesto que dispone de todos los pisos térmicos, lo que convierte en un destino variado en paisajes. Además de esto, el país cuenta con cinco regiones las cuales son:

- **Región Andina:** Conformada por la Cordillera de los Andes; situada en el centro y occidente del país con una extensión de sur a norte atravesando toda su longitud; formada por cadenas montañosas como la Cordillera Oriental, la cordillera Central y Occidental.
- **Región Insular:** Corresponde a las islas de Archipiélago de San Andrés y Providencia en el mar Caribe y las islas de Malpelo y Gorgona en el océano Pacífico.
- **Región Pacífica:** Comprende la llanura del pacífico y montañosos de la región que no son de los Andes. Es una región conocida por su humedad.

- Región Caribe: Comprende la llanura del Caribe y grupos montañosos, como la sierra Nevada de Santa Marta, la serranía de la Macarena, del Piojo y La Guajira.
- Región Amazónica y Orinoquía: Está constituida por una inmensa llanura en los que se destacan el Meta, Vichada, Casanare, Vaupés, Caquetá, Putumayo. Tiene un clima cálido y las lluvias permiten el crecimiento de la selva tropical.

La agricultura en Colombia constituye una industria importante puesto que es un país rico en climas, relieve y pisos térmicos.” Los productos agrícolas más importantes para Colombia, desde el punto de vista económico, son: café, caña, algodón, banano, tabaco, oro, esmeraldas, platino, hierro, cobre, sal y ganado”. (Agropc, s.f.)

Tabla 1.

*Principales productos por departamentos de Colombia.*

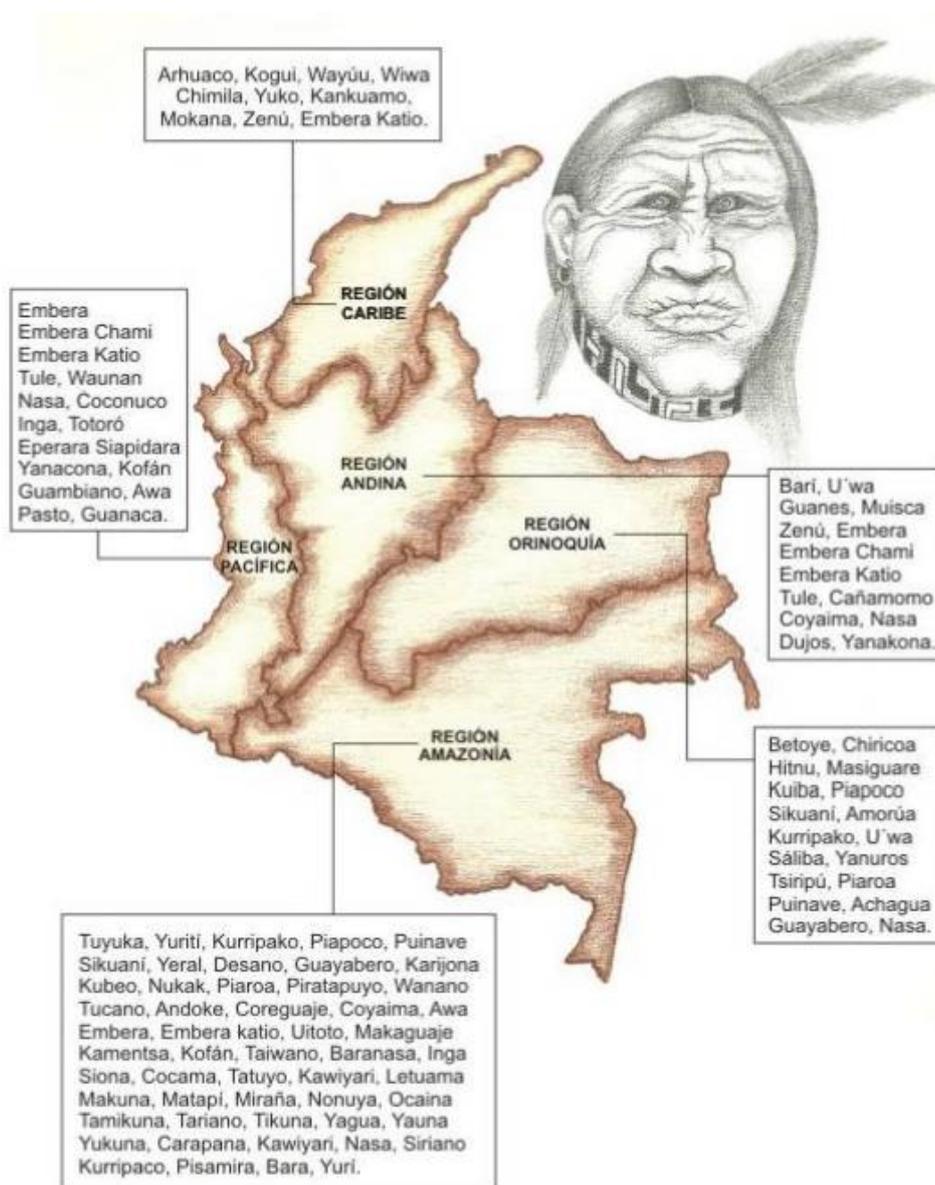
Departamentos	Productos
Boyacá	Trigo, cebada, papa, frijol, maíz, vegetales, ganado y caballos, unas pocas ovejas, poca azúcar y algo de café
Cundinamarca	Café, trigo, maíz, ganado bovino, ovejas y azúcar. La agricultura es más avanzada en Cundinamarca que en cualquier otro lugar del país y la mano de obra es abundante siendo casi toda indígena.
Antioquia	Café, caña de azúcar en la forma de panela y plátanos.
Tolima	Cacao, azúcar, café, arroz y ganado (aunque no de buena calidad)
Costa Atlántica	Bananos en Santa Marta, maíz, azúcar, tabaco, cacao (no en abundancia) cerca de Barranquilla y arroz al sur de Cartagena.
Nariño	Trigo, anís, papa, vegetales y poco ganado. La población es casi toda indígena.
Valle del río Cauca	Ganado, azúcar, arroz, maíz y frijol. Mano de obra: mulatos.
Depto. del Cauca	Café, ganado, trigo y maíz. Mano de obra: indios.
Caldas	Café, maíz, frijol y papa. Buena mano de obra, casi toda blanca.
Santander	Café, tabaco, cacao y maíz. Mano de obra: blanca, pero de calidad muy regular.
Costa Pacífica	Ganado, maíz, caucho y algo de azúcar en el valle del Patía y en los alrededores de Tumaco.
Sierra Nevada	Se siembra café en pequeñas extensiones, debido a la escasez de mano de obra. Los indios también siembran trigo y papa.

Nota: Elaboración propia (2018)

## 6.2. El país y sus raíces

### 6.2.1. Indígenas.

Los primeros habitantes en el periodo de la conquista fueron los indígenas por grupos llamados, chibchas, caribes y arawak y que dentro de cada uno de los grupos existían otras tribus indígenas. Dentro del grupo indígena Chibcha se encontraban los taironas koguis, pastos, muiscas, paeces, guanes, tunebos, chimilas. Dentro del grupo del Caribe estaban los muzos, chocoes, calimas, panches, motilones y pijaos. Por último, en el grupo de los arawak se encontraban las marañas, arhuacos, guajiros y piapocos. (Martinez, 2016)



**Figura 3.** Mapa de comunidades indígenas colombianas. Martinez, L (2016)

Para el momento cuando llegan los españoles se reconocieron tres grandes grupos de familias indígenas como los chibchas y dentro de este los muiscas y los tayrona; la caribe y los Arawac. La familia caribe ocupó el Atlántico, característico por ser un pueblo comerciante los cuales fueron los más fuertes para cuando llegó la conquista Colombia; además de esto centraron toda su alimentación en el maíz. Los arawac se ubicaron en la cordillera oriental y llanuras del país, en Caquetá, Putumayo, la familia se caracterizó por ser un pueblo con una economía mixta entre la agricultura y la pesca y caza. Mientras que en la familia de los chichas se encontraban los que los Muiscas ubicados en el altiplano y las zonas más frías y templadas del centro de Colombia como Cundinamarca, Santander y Boyacá; su trabajo estaba pasado en la agricultura y dado a que no eran tan fuertes en la caza y pesca; estos en su mayoría tenían una alimentación vegetariana; además el pueblo se consideraba muy religioso en los cuales adoraban a los dioses de la naturaleza; y los tayrona ubicados en la sierra nevada de Santa Marta especializados en la construcción de muros y el uso de la piedra. (Yuste, s.f)

Cada uno de los grupos de indígenas, que se desarrollaron en el país tenía características que los hacían diferentes entre sí. Es por esto que uno de los temas más importantes era la agricultura. Según lo anterior; el autor (Rojas, 2012) afirma que:

“La agricultura se desarrolló paralelamente en distintas partes del mundo y, a lo largo de los siglos, los contactos y choques entre diversas civilizaciones y grupos étnicos han propiciado la fusión de sus costumbres y sistemas de vida, así como la difusión de las técnicas agrícolas y hábitos alimenticios de las civilizaciones dominantes” (p.223).

### **6.2.2. Época de la conquista.**

En el año 1492 llega a Colombia los conquistadores, desde España esclavizando así a todos los indígenas ocasionando barbaros castigos y ocasionando así la muerte de una gran cantidad de estos. Tiempo después llegan así los esclavos negros traídos desde África con el fin de poblar el territorio, llamando tiempo después a la población como los indios, los blancos y los negros, mezclando entre sí conocidos los mestizos como la mezcla entre blanco e indio, los mulatos por blancos y negros y los zambos por negros e indios. Bajo esa fusión trae riqueza cultural y gastronómica. (Martinez, 2016, págs. 22-24)

La cocina que tenían los antiguos habitantes era muy importante, pero debido a la nueva conquista que tuvo el país, se empezaron a perder las costumbres o prácticas que se han tenido por mucho tiempo por dar paso a nuevas tendencias. Por ende el autor (Rojas, 2012) menciona que:

“Su finalidad apunta a dar un vistazo a las prácticas culinarias de los nativos, que fueron no solo ignoradas sino menospreciadas, por el giro que tomó la conquista española ante el oro americano. En realidad, vale la pena reevaluar este concepto como una contribución al conocimiento de otra de las actividades desarrolladas por las culturas agrícolas de los aztecas, incas y muiscas” (p.22).

Con la llegada de los conquistadores, estos traen consigo productos nuevos al país, los cuales fueron aceptados rápidamente por parte de los indígenas y las tierras para su cultivo; logrando así que cada región del país tuviera alimentos y platos que representativos cada una de las zonas. Es por esto que (Rojas, 2012) afirma que:

“Con el descubrimiento de las nuevas tierras, fuera de la novedad étnica y la ampliación del mundo conocido, afloraron diversos productos alimenticios que si bien es cierto no tuvieron una pronta acogida en Europa, sí sirvieron más tarde como materia prima para importantes platos nacionales o para su industrialización. Una excepción la constituyó el cacao, cuya bebida, el chocolate, tuvo inmediata aceptación hasta llegar a denominarla como néctar de ambrosía por su exquisito sabor.” (p.22).

La época de la conquista se caracterizó por los descensos de la población indígena por parte de los españoles; estos eran sometidos a trabajos forzados y fuertes castigos, densos por enfermedad y además por el afán de los españoles a “civilizarlos”. Una de las estrategias de los españoles era fundar ciudades y pueblos, donde reubicaban a los indígenas como un elemento de esclavitud.

### **6.2.3. Africanos.**

La cultura en Colombia y en Latinoamérica contiene una diversidad de mezcla de razas, culturas y costumbres que pasan con los años. Los africanos llegan como esclavos de los españoles para trabajos de minerías y como agricultores. Este tipo de cultura africana llega al país con tradiciones gastronómicas, musicales y danzas.

“Gracias al trabajo de los africanos y sus descendientes fue posible el desarrollo del país y el crecimiento del capitalismo. Las ganancias de la producción generada por el trabajo esclavo llevaron al proceso de industrialización de Europa, mediante el cual se avanzó hacia el modo de producción capitalista que luego se desarrolló en Colombia” (Ramírez, 2013).

Algunos de los insumos o alimentos que se encuentran provienen de diferentes lugares del mundo, logrando que se tenga variedad y poder elaborar distintas preparaciones.

“El clavo, la canela, el jengibre, la nuez moscada, la pimienta y la mostaza procedían de las remotas tierras asiáticas y africanas. Es por esto que la consecución de tales condimentos generaba toda clase

de expectativas y, a la vez, desmanes y piratería, por la enorme cadena de intermediarios que empezaba en Asia y se multiplicaba luego en Génova y Venecia, capitales comerciales de Europa en el Mediterráneo.” (Rojas, 2012, pág. 21).

### **6.3. Bogotá, capital de país**

Los primeros habitantes de la ciudad fueron los muiscas; los cuales vivieron mucho tiempo por todo el altiplano en tierras entre el macizo de Sumapaz y el Nevado del Cucuy. Los muiscas eran reconocidos por su parte agrícola cultivando maíz, frijol, tomate cubio, frutas y hortalizas; explotaban también la sal y esmeraldas para comercializar e intercambiar con las demás tribus a cambio de oro. (SINIC, s.f)

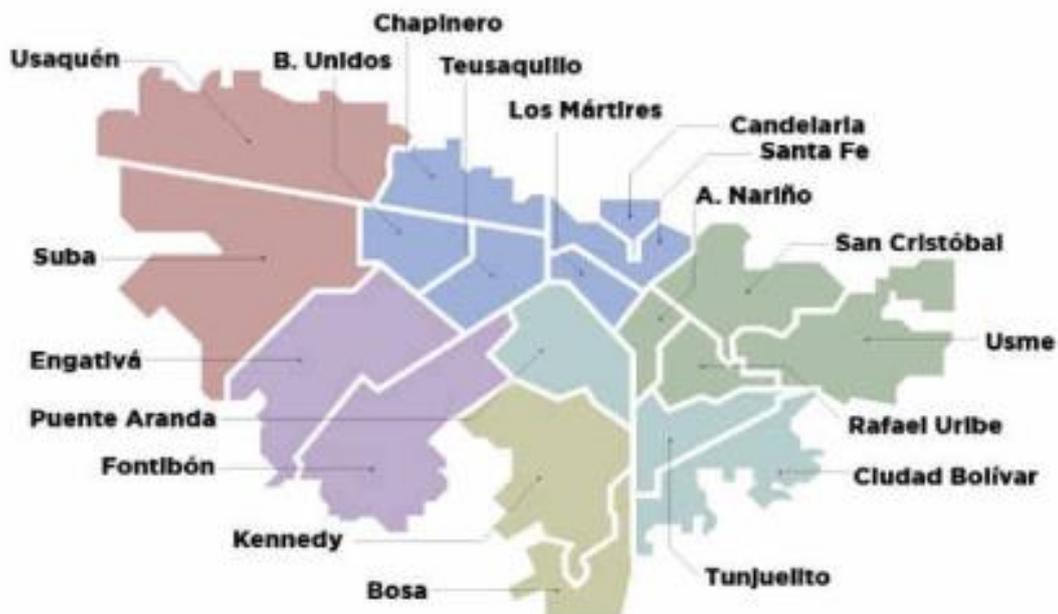
Dada la producción agrícola y minera (sal y esmeraldas) del altiplano; llega el español Gonzalo Jiménez de Quesada, abandonando una ruta hacia Perú, haciendo una búsqueda de los pueblos de sal. Este a su vez encontró varios productos agrícolas que dieron paso a la cocina colombiana. Gonzalo Jiménez de Quesada nombrado como fundador de Bogotá, inició con la idea de crear un lugar urbano, para que todos vivieran de una forma ordenada y gobernada. A pesar de que no existe el acta de la fundación de la ciudad, se toma como referencia el 6 de agosto de 1538, porque se dio la primera misa por el sacerdote Fray Domingo de las Casas; donde el territorio empezó a llamarse Santa Fe. (Iriarte, 1999)

“Jiménez de Quesada detuvo sus tropas al borde en la montaña y observo la sabana verde e imponente ante sus ojos. De esta vegetación desbordada del trópico, con paisajes que bien podrían ser los de las zonas templadas: bosques andinos de niebla, palmeras y gran variedad de helechos, cuacos y sueces, surgió una ciudad que parecía que se desbordarse de su meseta”. (Morales, 2006, pág. 9).

La ciudad de Bogotá es la capital de la República de Colombia, se considera como el principal centro industrial comercial y cultural del norte de Suramérica. Es una ciudad moderna la cual se ha convertido una de los mejores destinos para actividades turísticas y de negocios de Latinoamérica. Está ubicada en el altiplano Cundiboyacense de la cordillera oriental de los Andes. Limita al oriente con los cerros orientales que están encajados en la cordillera; los cuales tienen por nombre el cerro de Monserrate y Guadalupe, conocidos como santuarios religiosos, la vía hacia la Calera; hacia el occidente limita con el Rio Bogotá y otros municipios como Funza, Cota, Subachoque y El Rosal; por el norte colinda con los municipios de la sabana de Bogotá como Chía, Sopo y al sur con las colinas del Páramo de Sumapaz y a su vez las regiones rurales del distrito limitan con departamentos del Tolima, Huila y Meta. (Morales, 2006, págs. 5-6).

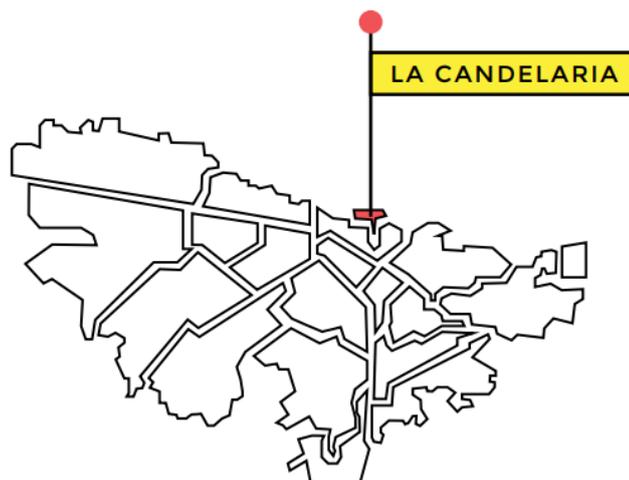
En Bogotá se encuentran diferentes zonas como lo son el centro internacional que se destaca por sus edificios más altos, el centro histórico; conocido también con el nombre de La Candelaria, con una arquitectura colonial; allí se encuentran las sedes administrativas del gobierno. Teusaquillo, Palermo y Quinta de Camacho son los barrios patrimonio por su arquitectura inglesa. También cuenta con centros de negocios que son Chapinero, Avenida Chile, Calle 72 y Calle 100. Al sur de la ciudad se encuentran los barrios más populares como Restrepo, Venecia, Kennedy. (Saldarriaga, 2007, pág. 4)

A partir del año 1954 la ciudad se declaró con el nombre de Distrito Especial de Bogotá uniéndose a los municipios de Usme, Bosa, Fontibón, Engativá, Suba y Usaquén. En 1991 ya su nombre pasó a ser Distrito Capital según la constitución política de ese año; divide entonces en 19 localidades. (Saldarriaga, 2007, pág. 4)



**Figura 3.** Mapa geográfico de localidades de Bogotá. Periódico El Espectador (2017).

### 6.3.1. La Candelaria.



**Figura 4.** Ubicación geográfica de La Candelaria en Bogotá. Guía Gastronómica de Bogotá (2016).

La Candelaria es la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, es conocida también como el centro histórico, por temas arquitectónicos y hechos culturales de la ciudad. En el siglo XVI se da inicio de esta. El autor (Morales, 2006) afirma que:

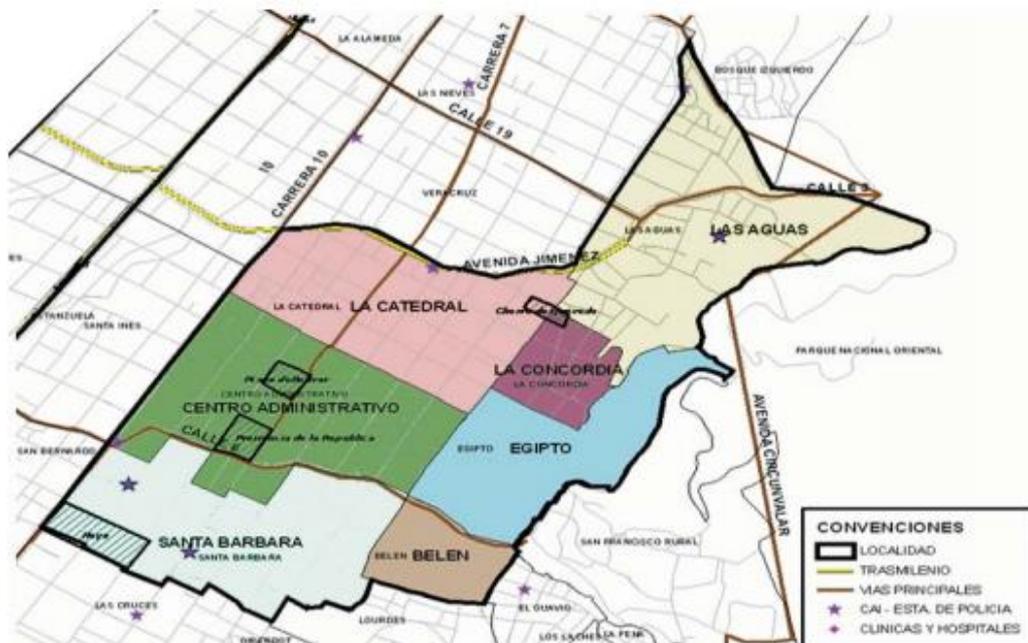
“El centro histórico de Bogotá se conoce con el nombre de la Candelaria y aún conserva el recuerdo del pequeño poblado que fuera. Sus calles estrechas y empinadas, sus casonas con tejados y aleros coloniales fueron cuna y aposento de la aristocracia criolla y española” (p. 25).

Esta localidad es la más importante; debido a que formó parte de la fundación de la ciudad el 6 de agosto de 1538 por Gonzalo Jiménez de Quezada, en la plaza de chorro de Quevedo y además se considera como el sector más antiguo de la ciudad, por ende, un acontecimiento o hechos históricos importantes. “En 1963, el Centro Histórico de Bogotá, inmerso en la localidad, fue reconocido como monumento nacional. Sus casas, edificios, iglesias y calles, dan cuenta de este reconocimiento” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 24).

Inicialmente solo se construía por temas relacionados con negocios, para llegar fácilmente un punto de referencia era en ese entonces la plaza de Bolívar y desde allí se empezaron a construir las primeras viviendas las cuales serían ocupadas por la aristocracia tanto española como criolla, no sólo eso se construyó también se empezaba a levantar los edificios donde iba a funcionar la parte del gobierno y la parte religiosa para los españoles, más o menos hasta mediados del siglo XIX se centraron en formar toda la parte administrativa, educativa, religiosa y sin lugar a duda los comerciales de la ciudad. (Manrique, 2013, págs. 5-6).

Después de esto se empezaron a construir otros tipos de viviendas francesas, inglesas e italianas, estas a comparación de las anteriores, se caracterizaban por su total sencillez, eso sin dejar a un lado la amplitud de sus habitaciones y jardines grandes, estas viviendas fueron habitadas por la aristocracia que desde entonces estaba en Bogotá. Representaban a La Candelaria como un paisaje colonial el cual era inigualable a nivel arquitectónico además de esto tenía un gran significado simbólico para Bogotá. (Manrique, 2013, págs. 5-6).

El alcalde de la localidad es Manuel Augusto Calderón Ramírez, encargado de toda la parte administrativa y de velar por la seguridad, el buen uso de los espacios públicos y la protección del patrimonio; para el año 2015 La Candelaria se ubica entre una de las localidades con menor índice de delitos, lo cual beneficia el impacto social y seguridad del lugar. La UPZ que conforma la localidad es tipo 8 la cual quiere decir que tiene en dominio de áreas destinadas a la producción de equipamiento urbano y metropolitano las cuales se deben manejar en condiciones especiales; cuenta con 9 barrios los cuales son:



**Figura 5.** División geográfica de La Candelaria. Observatorio de convivencia y seguridad de la Secretaria de Gobierno (2007).

“Se concentra en los barrios occidentales, es decir, Centro Administrativo y La Catedral, que coinciden con la zona donde se ubican los edificios de mayor altura. En el barrio Centro Administrativo prevalece la actividad cultural e institucional. En los barrios Egipto, La Concordia y Las Aguas existe una presencia importante de instituciones educativas, especialmente de

universidades privadas que han construido sus campus en el borde oriental del área de estudio, con edificios aislados implantados en grandes zonas verdes” (González, 2012, pág. 7)

A pesar de las nuevas tendencias actuales esta zona ha logrado recuperar sus espacios públicos y su arquitectura. “Para apreciar La Candelaria hay que estar atentos a infinidad de detalles: viejas puertas, emblemas, zaguanes, balcones, ventanas ornamentadas y desde luego habitantes que fluctúan entre los viejos rolos y cachacos y una población joven ligada a actividades académicas o culturales” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 25).

En la Plaza de Bolívar se encuentran la mayoría de los atractivos de arquitectura colonial y republicana como también iglesias y edificios del gobierno.

“La emblemática plaza de Bolívar se encuentra enmarcada por las más importantes edificaciones civiles y religiosas entre ellas la Casa del 20 de Julio donde se inició la revolución independentista, la Catedral Primada de Colombia, el Capitolio Nacional, sede del poder legislativo; el Edificio Liévano, sede de la Alcaldía Mayor de Bogotá- todos ellos acervo patrimonial de Colombia-; y el más reciente el Palacio de Justicia.” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 25).

La Candelaria es un sector cultural y de patrimonio de Colombia, ofrece a los turistas y visitantes residentes de Bogotá una oferta en general de rutas turísticas para todos los gustos, centros de artesanías y culturales, ferias, festivales, alojamiento y una zona gastronómica variada. “El barrio como destino turístico ha acogido tanto restaurantes de comida típica bogotana como de las diferentes regiones del país, cada una influenciada tanto por la geografía, como por las diferentes migraciones a lo largo de los siglos”. (Montaña, 2016, pág. 34).

#### **6.4. Antecedentes de la gastronomía**

Su origen deriva de la palabra griega “gastros” que significa estómago y “nomos”, la cual es conocimiento o ley. Autores mencionan que la gastronomía tiene una relación entre la comida y la cultura; debido a que una persona usualmente, prepara, degusta, investiga, descubre, crea y diseña. “La gastronomía, las tradiciones que conlleva, las técnicas y maneras de elaborar los alimentos, hacen parte esencial de la cultura de un país”. (Montaña, 2016, pág. 15).

La gastronomía no solo alimenta; esta se conserva en la cultura de algún lugar, dado a que es considerada como la unión de conocimientos y práctica de recetas, ingredientes, técnicas, historia, y lo que eso significa en la cultura. Esta es tan variada, dado que cambia entre países, ciudades y regiones; por consiguiente, la gastronomía forma parte del patrimonio cultural de un destino. La gastronomía está directamente relacionada a otros conceptos como, turismo

gastronómico, planificación gastronómica y turística, producto gastronómico, rutas gastronómicas y culturales (Montecinos, 2013).

“La gastronomía es el conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, el uso, el gozo y el disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial y Mixto; y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad.” (Montecinos, 2013).

Mientras que (Schlüter, 2006) afirma que la gastronomía es:

“Una vía de desarrollo turístico, capaz de diversificar y complementar la oferta de un destino ampliando sus posibilidades de comercialización y extendiendo su producción y relación con otros sectores económicos. Se encuentra entonces un camino para el desarrollo local de una comunidad.” (p. 393)

## **6.5. La gastronomía colombiana**

En el siglo XVIII es cuando a la cocina colombiana típica se le empieza a conocer como una comida “criolla”; la cual deriva de las diferentes mezclas culturales. En la cocina tradicional colombiana se conoce las ollas de hierro y barro para uso de la preparación de alimentos, haciendo que estos materiales se les dé un reconocimiento como una de las técnicas más antiguas para la cocción de los mismos. Al igual que las vasijas de barro, para elaborar platos y bebidas fermentadas típicas. Los utensilios que usaban en un inicio eran los huesos, haciendo de estas diferentes formas para cortar y mezclar; tiempo después se empieza a hacer uso de los utensilios en madera.

“La cuchara de palo ha pasado por varias generaciones como un elemento fundamental heredado junto a las ollas de barro. La justificación precisa concluye que ayuda al enriquecimiento de los sabores de lo que se prepara. Tal vez en conjunto con el sabor ahumado al utilizar la leña como medio combustible, genera unos cambios trascendentales inigualables por los equipos y elementos modernos”. (Martinez, 2016, pág. 32).

Por consiguiente, se les da un valor a los utensilios de madera dentro de la tradición de las cocinas; puesto que hoy en día, algunas personas usan para las preparaciones saborizantes químicos que “dan sabor a leña” y hacen uso de utensilios metálicos, debido a que por concepto, la madera conserva bacterias; pero para la tradición, la madera hace que no transmita tanto calor, es suave con los equipos como ollas, sartenes; mientras que el metal por el contrario raya las superficies, transmite calor y tiende a soltar elementos cambiando sabor y coloración de las preparaciones.

El café se vuelve un producto importante y además emblemático de la nación, reconocido mundialmente. En el año 1800 da origen en Norte de Santander, 1850 en Santander, Boyacá y Cundinamarca, 1860 Antioquia, Córdoba, Bolívar, Casanare, Meta y Caquetá, en 1870 Caldas, Risaralda y Quindío en 1880 Tolima y Valle del Cauca, en 1890. Cauca y en 1900. Nariño, Huila, César y Magdalena. Reconocido como un café suave arábico y es producto exportador de la economía del país.

Cuando se habla que la gastronomía colombiana tiene un mestizaje; es por la combinación de las cocinas africana y europea, lo cual influye en los sabores e ingredientes que se usan, permitiendo ser reconocida en otras partes del mundo.

- Aporte indígena

Se considera como cocina mestiza a la unión de tres tradiciones culinarias: indígena con productos autóctonos; española, con hábitos gastronómicos diferentes y nuevos ingredientes; y la cultura africana con costumbres autóctonas.

“Se toman en cuenta los productos básicos de la alimentación indígena, resultado de sus cultivos, de platos seleccionados y de la cacería de monte, la pesca en ríos, la recolección, así como los traídos de la metrópoli por los españoles en forma de semillas para sembrar y animales para criar, hasta determinar en qué ingredientes y preparaciones se empieza a reconocer la fusión de las costumbres alimenticias y la presencia de nuevos sabores” (Restrepo, 2012, pág. 26)

Algunos de los productos que eran nativos de los indígenas eran cereales como el maíz. Tubérculos como la papa (amarilla morada, blanca, harinosa), la yuca, cubios, arracacha, achira; condimentos como la sal, ají, achiote; granos como quinua, frijol; frutas como aguacate, piña, guayaba, guayaba; verduras como tallos y hojas, guascas; de animal, aves, insectos, peces, venado. Dentro de las técnicas indígenas era sazonado, colado, molido, salado,

- Aporte español

Los conquistadores traen con ellos productos sólidos, líquidos como carnes, quesos, vinos, agua, vinagre, aceite, carnes de caca, cerdo, cordero, cultivos de trigo, cebada, avena, arroz; granos como arveja, haba, lenteja. Otros productos como caña de azúcar, lechuga y coles, embutidos y salchichas.

Algunos de los aportes importantes que dieron los españoles en la nueva tierra y a grupos indígenas eran las diferentes formas de cocción y como la incursión de tenedores, cubiertos, platos; dado a que los indígenas consumían sus alimentos directamente de la mano y servían los alimentos en las hojas de los mismos alimentos. Existe un plato típico de España que fue

traído a los indígenas llamado “olla podrida” de la cual derivan platos típicos como pucheros y sancochos. (Restrepo, 2012, pág. 33)

- Aporte africano

Los productos de los africanos no se consideraban importantes para la alimentación puesto que los africanos fueron traídos con la función de ser esclavos de los españoles, la realización de actividades mineras y de fuerza. Mientras que las mujeres esclavas debían cumplir en sus funciones cocinar y lavar. Con el paso del tiempo ya los africanos muestran a indígenas su cultura tradicional en diferentes ámbitos. (Restrepo, 2012, pág. 53)

“Una de las cocinas más arcaicas y mágicas de la humanidad es la africana; evoca, por su color, olor, textura y fuerza, un universo afrodisíaco, enlazado etimológicamente a la raíz griega afro, “espuma”: Afrodita, la diosa del amor, que suscita seducción y vitalidad; y etnográficamente, al vocablo latino, apricani: “hombre negro, quemado por el sol”. Sus insumos, técnicas y usos han potenciado la “otredad” de sentidos y emociones, dietéticos y terapéuticos, saberes y sabores de un exclusivo mestizaje que ancla en su centro el más festivo, cromático y atemporal sincretismo.” (Delgado, 2012, pág. 43) .

A continuación, se presenta como es la gastronomía en cada una de las regiones de Colombia.

### 6.5.1. Región Caribe.



**Figura 6.** División geográfica de La Región Caribe. Martínez,L (2016).

Pertenecen a este los departamentos de Atlántico, Córdoba, Sucre, Bolívar, Magdalena, Cesar y La guajira. Sus primeros habitantes fueron los nómadas, subsistían a bases de la

recolección de plantas y de la caza de roedores, lagartos, aves, reptiles. Las culturas más representativas que habitaron el territorio del Caribe fueron:

Tabla 2.

*Descripción de las culturas indígenas de la Región Caribe*

Cultura	Características
Los Wayuus (Guajira)	Dedicados a la caza y recolectores de sal de Manaure
Malubú	Cultivaban yuca ; tanto amarga como dulce
Chimila(Rio Magdalena y Cesar).	Cultivo de maíz, ñame y batatas
Los mocanás	Buenos navegantes, cazaban, se alimentaban de miel
Los arhuacos ( Sierra Nevada de Santa Marta)	Se alimentaban de arracacha, batata, yuca, maíz y también incluían pescados, caracoles y animales de caza menor.

Nota: Elaboración propia (2018)

Esta región tuvo influencia de España, Francia e Inglaterra; como también de China y la India con el uso de legumbres, hojas verdes, pimientos chinos, el pollo y la costumbre de arroces mezclados con carnes de cerdo, mariscos y aves y otra mezcla de especias (Estrada; Ríos, De los; Patiño; Pineda, 2008, pág. 2).

Con la llegada de los españoles y la época de la conquista se empezaban a usar varios implementos para la caza y cultivo. Los productos que llegaron fueron el ganado vacuno, porcino, y ovino, el plátano y el maíz. Este último se ve como el alimento más importante debido a que estuvo en las provisiones para todas las comunidades porque este alimento se podía consumir fresco o seco en diferentes preparaciones, como: arepas, mazorca asada, envueltos o bollos de maíz, bebidas como la chica y el masato. Además de esto se afirma que:

“Cultivaban vegetales y frutos como la guayaba, el anón, el coco, el mamey, el mamoncillo, el corozo, la papaya, la piña, el zapote, la ciruela, la guama, la guanábana y el cacao. La pesca estaba bien representada en el bagre, el manatí, el bocachico, la hicotea, el bonito, el dorado, el mero, el pargo, el sábalo, la sierra, la mojarra, el róbalo. En cuanto a la caza de animales: conejos, gallinas de monte, iguanas, micos, venados, perdices, palomas y gusanos.”. (Martinez, 2016, pág. 39).

En la conquista y época colonial, no solo llegaron españoles, con ellos también llegaban esclavos negros provenientes de África para la mano de obra pesada; y para las labores más caseras, vieron necesario traer a las esclavas negras las cuales, “aportaron su sazón a los productos que encontraron en la región y que de manera experimental fueron elaborando,

incorporando nuevas preparaciones, fortaleciendo y dando identidad a la cocina de las regiones costeras”. (Martinez, 2016, pág. 40)

### 6.5.2. Región Insular.



**Figura 7.** División geográfica de la Región Insular. Martínez,L (2016).

Está formado por las islas de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Islotes de Alicia, Serranilla y Quitasueños, como los cayos Alburquerque, Roncador, Cangrejo, Casabaja, Valle, Rose cay, Johnny Cay entre otros.

La población en la región insular provino de los indígenas miskitos de Nicaragua. Fiaban su economía en plantaciones y frutas. Este territorio fue colonizado por ingleses los cuales por medio de ellos se introdujeron los esclavos.

Su gastronomía se apoya en el consumo de productos de mar como peces, cangrejos, camarones, langostinos, langosta. El producto más importante es el cangrejo negro, considerado como un bien de interés social emitido por el concejo municipal. En la producción agrícola se destacan “el aguacate, ahuyama, ají, algodón, anón, arroz, batata o camote, café, caña de azúcar, coco, frijol, guandú, limón, maíz, melón, maní, naranja, ñame, papaya, piña, plátano, yuca y miel” (Martinez, 2016, pág. 53)

### 6.5.3. Región Pacífica.



**Figura 8.** División geográfica de la Región Pacífica. Martínez,L (2016).

Ubicada al occidente del país, formada por los departamentos de Chocó, Cauca, Nariño, y Valle. Los pobladores en su inicio eran etnias indígenas localizados en las zonas del golfo de Urabá, el bajo Atrato, con los indígenas cunas y el alto Atrato con los chocoes y citarares de la región eran diversos grupos o etnias indígenas ubicados en tres principales zonas: en el golfo de Urabá y el bajo Atrato se encontraban los cunas; el alto Atrato estaba poblado por los chocoes o citarares. Con la llegada de los españoles a este territorio se concentra en las extracciones mineras en el departamento del Chocó, junto con la llegada de los negros esclavos africanos para trabajar en esto y mejorar la producción de recursos valiosos. Su cocina está llena de combinaciones y de exótico gusto. Abundan las carnes ahumadas, peces, mariscos grandes, moluscos y crustáceos. Reconocido por sus frutas tropicales combinándose con ají para producir turrone y helados. (Estrada; Ríos, De los; Patiño; Pineda, 2008, pág. 3)

Los productos más representativos de la región son: Maíz, arroz, plátano, caña de azúcar, frutos como el borojó, mango, naranja, ciruelo, piña, papaya, guayaba, anón, zapote, aguacate, chirimoya y pomarroja. Proteína como la sierra, bagre, robalo, corvina, camarones, langostinos, iguanas, armadillos y aves. Su base principal en las preparaciones en la leche de coco dado sabor a las preparaciones como también el tomate, cebolla y el achiote. (Martínez, 2016, pág. 56).

#### 6.5.4. Región Orinoquia.



**Figura 9.** División geográfica de la Región Orinoquia. Martínez,L (2016).

Formada por los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada y Meta. Su producto principal es la ganadería, aunque tiene poco desarrollo económico por ser en su extensión grande peor muy poco poblada. Tiene una agricultura a base de arroz, cacao, plátano, maíz, frijol, café. La región conservadora en la cultura llanera con consumo de ternera en una preparación típica llamada mamona y el chigüiro. Y un postre elaborado de pata de res, que se cocina hasta que ablanda y luego es endulzado con panela. Por el río Orinoco y Meta la pesca es muy importante, como la palometa, el tacunare, el pez pavón y la cachama; en frutas existen el carambolo y la pomarrosa

#### 6.5.5. Región Amazónica.



**Figura 10.** División geográfica de la Región Amazónica. Martínez,L (2016).

Forman parte los departamentos de Guainía, Vaupés, Caquetá, Guaviare Amazonas y Putumayo. Su habitad está ocupado por reservas indígenas, aunque en el tiempo de la colonización hubo masacres de indígenas asentados en el territorio. Dentro de la agricultura se encuentra la yuca a marga, el ñame, chontaduro, ají, aguacate, piña, lulo, caña de azúcar, cacao, maíz; estos grupos indígenas consumen especies de gallinas y cerdos y algunas aves.

Las preparaciones de fondos ya eran usadas por los indígenas y no fue traído por los franceses; mas sin embargo no se conocía con un nombre exacto, pero básicamente la preparación es la misma, la cual usaban colas y cabezas de pescados a hervir en agua y hasta que reducir para así conservar el líquido que queda de esta. El cultivo de banano y de caña de azúcar son las más importantes.

“Algunos de sus platos tradicionales son los pescados asados, sancochos de pescado y de gallina de campo; indiscutiblemente preparaciones a base de yuca como el casabe, pinchos de tortuga, carnes ahumadas como pollo, gallina, res, cerdo o danta; en la frontera con Nariño se consumen el cuy asado y la infaltable bishana, una sopa que se prepara con maíz, frijol, hojas de coles o repollo y ahuyama o calabaza.”. (Martinez, 2016, pág. 91)

En el amazonas la alimentación es a base de peces como el pirarucu, considerado el pez mas gran del mundo de agua dulce, también existe el bagre, la palometa y el sábalo. Pero también se alimenta de la caza de animales salvajes, insectos y anfibios en las comunidades indígenas. Existe también un alimento único y que además es de poca aceptación en los turistas, pero de un buen sabor es el Mojojoy, que es un gusano apto para el consumo vivo o cocido. (Martinez, 2016, pág. 92)

#### 6.5.6. Región Andina.



**Figura 11.** División geográfica de la Región Andina. Martínez,L (2016).

Formada por los departamentos de Santander, Norte de Santander, Antioquia, Risaralda, Caldas, Quindío, Tolima, Huila, Boyacá y Cundinamarca. Tenía una población de indígena

grande; en la cual los españoles y colonizadores expropiaron a muchos dejándolos como esclavos, dando así paso al mestizaje.

Conserva una gran variedad de alturas, la hace como la única región donde se puede encontrar todos los pisos térmicos, donde se hayan las 3 cordilleras permitiendo así la formación de lagos, lagunas, valles, paramos, nevados, mesetas, termales, cañones y tierras mineras. Contiene el 80 % de cultivo de café del país y la mayor región con recursos hídricos y agrícolas. Los cultivos más representativos son: arroz, sorgo, café, cacao, yuca, caña, frijol, tubérculos, soya, frutas y legumbres. (Martinez, 2016, pág. 62).

- Los Santanderes se consideran como los departamentos más dulces del país, con preparaciones de leche de cabra y otros de vaca. En la proteína predomina el cabro para preparaciones como la pepitoria, o cabro asado; otro producto reconocido son las hormigas culonas tostadas y el bocadillo veleño.

- En Antioquia y el eje cafetero se encontraban los indígenas catrios. Su producto principal es el frijol con origen americano y mexicano; En Antioquia la bandeja paisa es el plato típico y además popular en todo el país, su origen viene con la idea de un chef montar un bufet con varios ingredientes y a la espera de que los comensales sirvieran a su gusto; sin la idea de que los comensales en un solo plato en forma ovalada, tomaran todos los alimentos llamándolo tiempo después, así como la bandeja paisa. (Martinez, 2016, pág. 65).

“Risaralda hace parte del importante triángulo cafetero colombiano en conjunto con Caldas y Quindío. Estos tres departamentos son los mayores productores de café del país y se destacan en menores proporciones otros departamentos con baja producción, pero con granos similares debido a sus controles en los índices de calidad, tales como Valle del Cauca y Tolima.” (Martinez, 2016, pág. 67).

Los aportes indígenas, españoles y africanos se mezclan en productos y técnicas de conservación y preparación. De los indígenas surge el maíz, el frijol, la yuca, arracacha, tomate, ají, auyama. El español introduce las lentejas, garbanzo, arroz, aceite, vinagre, cebolla, repollo, arveja, manzana, durazno, pera. Los esclavos africanos traen escondidos, el ñame, la caña, plátano, y arroz. (Estrada; Ríos, De los; Patiño; Pineda, 2008, pág. 2)

- La zona Cundiboyacense: Con la conquista los españoles, estos establecen sus dominios en las tierras del altiplano, encontrándose con alimentos de los indígenas muiscas. Esta etnia consumía tubérculos, maíz, hierbas, raíces, animales como el cuy y el chigüiro. (Estrada; Ríos, De los; Patiño; Pineda, 2008, pág. 2).

El departamento de Boyacá es conocido como el más agrícola del país: sus alimentos son los tubérculos y el maíz, como también el trigo traído por los españoles como un alimento primordial para la producción de productos panificados; mientras que los boyacenses consideraron el trigo como un elemento también espesante para las sopas, como el plato típico la sopa llamada Cuchuco de trigo con espinazo de cerdo. El maíz tuvo aceptación en comidas líquidas como sólidas como: la mazamorra de maíz, los tales, los envueltos, arepa, maíz tostado, la chica, entre otros. Para los españoles conquistadores buscan en el departamento un plato similar al de su tierra natal llamado como olla podrida, en la cocina tradicional española; de este viene así, el cocido Boyacense, elaborado con tubérculos hervidos, al cual se le agregan carnes, maíz y legumbres. (Martinez, 2016, pág. 70).

En el departamento de Cundinamarca habitaron los indígenas muiscas, con una alimentación proveniente del maíz. El Ajiaco es conocido como el plato típico de Bogotá, el cual tenía en su preparación las 3 variedades de papa (pastusa, sabanera y criolla), como también pollo y las hojas de guasca, el cual da el sabor a esta. Los españoles agregan a este plato la crema de leche y las alcaparras como un complemento. Otros platos típicos de este departamento son el chocolate en agua, el puchero, las fritangas y la changua, además del queso.

- Tolima y Huila conocidos por sus platos típicos como la lechona y el tamal considerado como el mejor en sabor del país; el natilla como postre tradicional también posicionado en festividades navideñas. En municipios como Honda es conocido el viudo de pescado y de bebidas las mistelas con una herencia española; la lechona es de origen árabe traídas por los españoles y el tamal de origen mexicano. Las achiras elaboradas en el Huila y biscochos a base de achira, maíz y cuajada.

## **6.6. La gastronomía en la ciudad de Bogotá**

Dentro de la historia de la alimentación en la ciudad empieza en el siglo XVI, cuando conquistadores españoles se asientan en la zona llamada altiplano Cundiboyacense. Aunque estos traen algunos alimentos, debieron acoplarse a los ingredientes nativos del territorio colombiano como la papa, cubio, habas, chugua, yuca, maíz, y una gran cantidad de frutas que se conservaban en el grupo indígena chibcha y dentro de este los muiscas en la sabana; los chitareros y guanés. La bebida más típica es la chicha puesto que los españoles no la pudieron quitar de los indígenas. Anteriormente esta bebida era usada para las celebraciones y hecha por las indígenas pasando por un proceso de masticado del maíz, debido a que la saliva ayudaba a tener un proceso rápido de fermentación; hoy en día no se sigue haciendo de la misma manera, pero si se mantiene como una bebida típica de la capital del país. (Martinez, 2016, pág. 47).

La zona más importante en la ciudad fue la Plaza Mayor, la que hoy en día se conoce como Plaza de Bolívar y en esta se encontraban los indígenas, campesinos y mestizos. La chicha empezó a jugar un papel importante debido a que los indígenas la comercializaban y vendían; gracias a esto se crean puntos en la misma plaza, lugares llamados chicherías, donde solo era para el consumo de la bebida. La tribu muisca, cazaba gallina y con esta hacían el ajiaco; la sopa más tradicional de los llamados cachacos o rolos. Las hojas dentro de las preparaciones se le ve como un elemento o ingrediente clave para sabor de las sopas, como el ajiaco con las guascas y los tallos en la mazamorra. Al igual que el pez llamado capitán de las aguas del río Bogotá, exquisito y preparado únicamente en fechas importantes.

“La organización del abasto de alimentos fue cambiando al transcurrir el tiempo, la Plaza Mayor dejó su función de mercado para constituirse en un emblema céntrico de la ciudad, representada por la estatua del libertador Simón Bolívar. Los mercados se fueron desplazando, perdiendo su centralización y ubicándose por zonas, lo que permitía que a medida que la ciudad iba creciendo y se conformaban más barrios, hubiera mayor facilidad de conseguir los alimentos en pequeños centros que hoy conocemos como plazas de mercado.” (Martínez, 2016, pág. 50).

#### **6.6.1. Gastronomía en La Candelaria.**

La Candelaria se ha posicionado como un lugar de interés turístico cultural, histórico y gastronómico debido a que en sus establecimientos ofrecen comida internacional y típica colombiana. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007, pág. 18)

La localidad se caracteriza por tener una gastronomía propia con gran diversidad tanto de platos, como de productos; dentro de estos se encuentra platos típicos, que llevan pescados y mariscos. Los restaurantes que se encuentran ubicados en La Candelaria tienen una oferta inmensa de platos nacionales e internacionales; como también variedad de postres y bebidas típicas.



**BOGOTÁ**  
**MEJOR**  
**PARA TODOS**  
IDT





**Figura 12.** Mapa gastronómico de La Candelaria. Alcaldía de La Candelaria (2018).

La calle 11 entre carrera 7<sup>ma</sup>. Y 2<sup>da</sup> es considerada una de las más conocidas; esta lleva alrededor de cuatro años formándose para ser un gran referente gastronómico de la localidad de La Candelaria, además que conserva aún el restaurante más antiguo llamado “La puerta falsa “; es una antigua casa a pocos metros de la casa del florero y la plaza de Bolívar; llamado así debido a que la catedral que queda al frente tenían unas puertas falsas conocidas por quienes asistían a la iglesia. El restaurante inicio el 16 de Julio de 1816, y que ha pasado de generación en generación; a diario encuentra productos como colaciones, tamales, mazamorra, agua de panela, chocolate en agua; cuenta con muebles rústicos del cual hoy en día se sigue conservando; este restaurante recibe entre 35 a 40 comensales. (Martinez, 2016, pág. 120).

Para la implementación de la ruta típica gastronómica se ha tenido en cuenta el potencial gastronómico que tiene la localidad de La Candelaria, por tal motivo se realizó un listado con todos aquellos restaurantes completamente adecuados para el buen desarrollo de la misma, además se mencionan los platos más representativos que se encuentran en cada restaurante.

A continuación, se presenta el listado de restaurantes que ofrece comida típica colombiana en La Candelaria – Bogotá.

Tabla 3.

*Oferta gastronómica de La Candelaria – Bogotá.*

Establecimiento	Características	Oferta
Restaurante Casa Vieja Av. Jiménez # 3- 57	Decoración tradicional colombiana, comedores adornados con antigüedades y candelabros. Es una zona de gran interés histórico y que atrae a muchos turistas que acuden a la ciudad. Lleva más de 50 años y tiene una capacidad de 70 Pax	Pollo, ajiaco santafereño, hígado de trucha a la plancha o al ajillo, mullido paisa, cuchuco de trigo con espinazo, lengua en salsa, calentados, pica-pica, melado, postre de nata, brevas <a href="https://casavieja.com.co/carta2018">https://casavieja.com.co/carta2018</a>
Restaurante Últimos Virreyes Calle 10 # 3-42	Allí se encuentran obras de arte exhibidas el cual se pueden observar mientras es atendido. Tiene una capacidad de 20 Pax.	Ajiaco santafereño y el puchero \$30.000 por plato.
Restaurante La Escuela (Taller de cocina tradicional) Calle 9 # 8-71	Los cocineros son profesores y estudiantes de gastronomía. Se basa en recuperar y difundir ingredientes tradicionales, promoviendo la comida colombiana junto con identidad y orgullo por ella. Tiene una capacidad de 30 Pax	Cuchuco con espinazo, el Ajiaco, Puchero Bogotano, chuleta valluna al horno, empanada, aborrajado,
Restaurante Bogotá Gourmet Company Calle 12 #3-92	Resalta la cocina colombiana, específicamente la comida llanera. Ambiente con música en vivo. Tiene una capacidad de 100 Pax	Cocido sabanero, chigüiro, manjar blanco, salmón, lengua y bagre. Precio por plato
Restaurante Casa Kanú Cra. 4 #12b-18	En este restaurante se conjugan la comida y el arte, logrando que viva una experiencia. Es una librería-restaurante es perfecta para visitar con amigos o algún turista. Su arquitectura colonial lo transporta a otro tiempo. Cuenta con diferentes espacios y una terraza al aire libre. Tiene una antigüedad de 8 años.	Sirve comida típica colombiana como el cecina de carne o queso, empanadas, Minestrone andino, sopa de cebolla, Filete de pescado, Sobre barrigón de trucha. - Postres: Merengón con mermelada por plato es de \$ \$30.000 a \$50.000
Restaurante La Cocinita Cra. 6 # 10-23 local 301	Cuenta con balcones donde puede disfrutar de la vista de La Candelaria. Es moderna y dedicada al servicio de eventos sociales, banquetes, sirve comida nacional e internacional.	Dentro de su menú ofrecen como el cecina de trucha, ajiaco con pollo, sobre barrigón internacional como la paella. Tiene una capacidad de 28.0000

Restaurante La puerta Falsa Calle 11 # 6-50	Restaurante de tradición ubicado en una casona antigua, con arquitectura típica colonial permitiendo recordar la antigüedad. Sus instalaciones no son grandes, consta de 2 pisos, mesas y sillas en madera. Desde 1816 abrió sus puertas y tiene una capacidad 40 Pax.	Ofrece ajiaco Santaferreño, chara, almojábanas, cotudos, Postre de Matrimonios y divorcios. De \$2.
La puerta de la tradición Calle 11 # 6-30 Tel: 2866736	Como su nombre lo indica, es un restaurante Santaferreño, con decoración y muebles tradicionales a solo una cuadra de la Plaza de Bolívar con un ambiente familiar. Lleva más de 5 años en el mercado.	Ofrece a sus comensales tradición antioqueño, tamal, chocolate, agua dulce, bandeja paisa, sancocho, mariscos, trucha a la plancha. Pre
Restaurante La puerta de la Catedral Café- Souvenirs – Restaurante Cl. 11 # 6-26	Restaurante de cocina típica colombiana con una exclusiva arquitectura colonial. Lleva 4 años en el mercado y tiene una capacidad de 200 a 300 personas. Teléfonos: 3138002181 – 3410724	Ajiaco, mondongo, bandeja paisa con hogao, tamal, chocolate, matrimonio, brevas con arequip precio promedio por plato de \$20
Balcones de La Candelaria Cl. 11 # 6-04	Restaurante tradicional de La Candelaria caracterizado por sus balcones, cuenta con 2 pisos. Tiene una capacidad de 70 personas y lleva 3 años en el mercado.	Entradas: Chorizo con arepa, p chocolate santafereño, agua de calentado, bandeja paisa, sancocho, mariscos. Postres: Arroz con le plato es de \$ 25.000
Restaurante la Placita Verde Av. Jiménez 4-16	Ubicado en el hotel continental. Comida típica colombiana, e internacional y fusión. Desde el 2010 está en funcionamiento y tiene una capacidad de 100 personas	Ofrece pescados, lasañas, arepas, quesadillas, arepa. El precio promedio por plato.
La Puerta Real Calle 10 No. 2-82	Ubicado en el Chorro de Quevedo, permite que turistas y habitantes de Bogotá conozcan la historia del origen de la ciudad a través de vestuarios, música, imágenes y anécdotas de su propietario Alfredo Ortiz o como usualmente lo conocen en el sector como: “El Kacha”. Tiene una capacidad de 50 personas y lleva 10 años.	Ofrece a sus comensales comida entre otros. El precio promedio

Restaurante Bistró Cra 4 # 12d-98 3105548665	Origen En Origen Bistró ofrece una modernizada gastronomía colombiana. El restaurante está instalado en una casa que logra conservar su fachada, transportándonos a una Bogotá de Antaño. Tiene una capacidad de 200 personas.	Entradas: Enyugados, patacón o mazorca napada en suero, ceviche cartagenera, chuleta de cerdo con Jugos naturales de frutas colom promedio de \$25.000.
Restaurante Fulanitos Cra. 3 #8-61	Especializado en comida Vallecaucana, con una decoración típica colombiana, con un toque de galería artística ofrece un menú de platos principales muy diversos Lleva 12 años en el mercado	Su especialidad es la chuleta de gallina y la famosa lulada y cham Entradas: Aborrajados, chorizo, marranitas. En postres podrá en Precio promedio de <a href="https://11870.com/pro/restaurant">https://11870.com/pro/restaurant</a>
La bendita chichería – Museo de la Chicha Cra. 1 Cl. 12b (bis) esquina 3107626814	Tienda-museo ubicada en la Plaza del Chorro de Quevedo, tiene como objetivo dar a conocer a los nacionales y extranjeros las características de preparación y fermentación del maíz, para la posterior elaboración de la chicha, una bebida ancestral y espirituosa del pueblo Muisca. Es una tienda adornada con cachivaches, fotografías además de elementos de referencia del folclore colombiano y cachaca. Desde 2005 y tiene capacidad de 30 personas.	Creado para revivir las tradiciones los bogotanos pueden degustar (guarapo, el chirrinchi y el zhuke) Precio promedio \$5.000-15.000 Museo:\$12.000
Kaffarte Cra. 4 # 12-16	El Restaurante Kaffarte es un lugar que ofrece variedad de opciones, entre ellas su bar, salón de recepciones y recetas de la cocina colombiana.	El restaurante Kaffarte presenta colombiana y francesa. Aquí podrá marinera, ajiaco y bandeja paisa.
Rosita Restaurante Postres- Café Calle 12 B Bis # 1A-26	Rosita, es un restaurante-Café -Bar que se encuentra en la plazoleta del chorro de Quevedo. Su nombre en honor a la propietaria, lleva años deleitando con gran variedad de platos típicos colombianos e internacionales y postres. El lugar es amplio, cuenta con tres pisos y una gran vista.	Ofrece a sus comensales variedad de postres típicos. También ofrece inspiración arte latte. Precio promedio
María Restaurante Cra. 4 #8-58	Comida típica colombiana Precio promedio por plato de \$25.000	Cocido boyacense, caldo de costilla, mute,

---

		Bandeja paisa, Ajiaco, G Arroz con coco, Cazuela
Arte y pasión Café Calle 10 # 8-87	Especializado en hacer talleres, catas y capacitación para baristas	Dentro de su oferta esta calientes a base de café ( de origen Nariño, Antioq

---

Nota: Elaboración propia (2018)

Se puede evidenciar que la oferta gastronómica de la localidad de La Candelaria arroja que existe gran variedad de platos típicos colombianos; lo cual permite que la ruta se pueda implementar satisfactoriamente, dando resultados positivos, los establecimientos se encuentran muy bien ubicados, cuentan con una buena infraestructura y cantidad de mesas y sillas. La prestación del servicio de estos restaurantes es lo que más llama la atención y permite que sean seleccionados para integrarlos en la ruta típica gastronómica.

## **6.7. Turismo gastronómico en Colombia y en la ciudad de Bogotá**

### **6.7.1. La gastronomía en un contexto al turismo.**

La alimentación es una necesidad de todo ser humano, sin importar creencias, religiones, país de origen o gustos. En cualquier aspecto (Schlüter, 2006, pág. 1) afirma que: “la comida está indiscutiblemente asociada al turismo, ya sea como forma de alimentarse fuera del lugar de residencia habitual, como por el simple hecho de visitar un sitio por la comida que ofrece”. (Citado de (Barnier, 2003))

En cualquier viaje la gastronomía es muy importante dado que el turista está obligado a trasladarse, tener un tiempo de ocio, recreación y estará expuesto en cualquier ámbito a los alimentos. En el turismo gastronómico se tiene en cuenta a todo ese grupo de personas que durante su viaje realizan actividades relacionadas al patrimonio gastronómico en un entorno diferente con el fin de consumir productos, alimentos, servicios; además de esto disfrutarlos y adquirirlos como una experiencia. (Schlüter, 2006, págs. 10-14).

Con el pasar del tiempo, en la gastronomía se empiezan a diferenciar varios tipos de cocina, como lo son la tradicional, típica y popular. La cocina colombiana es un elemento importante dentro de la cultura del país, y se vuelve parte del patrimonio intangible de Colombia. En una entrevista a un chef; la autora (Castillo, 2014, págs. 23-24), recibe como respuesta que:

“la cocina tradicional no es necesariamente típica y popular: por un lado, la cocina que es accesible y consumida por una gran porción de la población es entendida como cocina popular, y por el otro lado, la comida típica es aquella que identifica una región o comunidad y se encuentra instaurada en el imaginario de las personas. Pese a que estas tres categorías no son equivalentes, un plato puede recogerlas a todas: por ejemplo, la bandeja paisa es tradicional porque se ha venido preparando de generación en generación, con la receta de la abuela, es típica porque es la marca de la comida paisa y está en el imaginario de todo el mundo, y es popular porque se encuentra en todas partes y todos pueden consumirla”.

La gastronomía se establece como un elemento en la promoción de un destino y en la competitividad del mismo puesto que es capaz de atraer y satisfacer a los turistas haciendo que la alimentación y la cocina sea una experiencia única y que el turista decide encontrar como parte de la cultura del destino visitado.

### **6.7.2. Turismo gastronómico.**

La autora (Schlüter, 2006) afirma que:

“Se entiende por turismo gastronómico, la visita a los productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje”. (p.6)

“El turismo gastronómico es considerado como un medio de recuperar la alimentación local o regional, y ha asumido una importancia mayor durante la última década, ya que se convirtió en un factor primordial para el desarrollo, la competitividad y la innovación de muchos destinos turísticos.”. Citado de (Williams & Dossa, 2003).

Por consiguiente, en la actualidad este tipo de turismo se define como una apuesta para potencializar o consolidar un destino, dada la importancia que para un viajero es conocer la cultura de un lugar, basado en la gastronomía del mismo. (Castillo, 2014, pág. 25).

Para la OMT- Organización Mundial de Turismo (2012), el turismo gastronómico como fenómenos ha crecido considerablemente y se ha convertido en los más dinámicos y creativos segmentos del turismo.

El turismo en Colombia se ha desarrollado de una manera ascendente debido a que va en constante crecimiento tanto así que Lonely Planet escogió a Colombia como un destino que pertenece a los 10 mejores del mundo en el año de 2006. Ciudades como Cartagena y playa Barú; Santa marta con las islas del Rosario y el centro histórico, parque nacional Tayrona. Ciudades Coloniales en Santafé de Antioquia, Popayán, Tunja, Villa de Leyva, Catedral de Lajas en Nariño y la catedral de sal en Zipaquirá.

El nacimiento del turismo gastronómico se da en El Congreso Internacional “Local Food and Tourism”, este tipo de turismo se conoce dado a que las personas compran o consumen productos regionales de la culinaria del destino. La gastronomía y el turismo tienen relación de atracción, donde el destino aprovecha la cocina para promocionar el lugar; como componente

de un producto, mediante el cual crean y diseñan rutas gastronómicas y como experiencia, en la cual la gastronomía adquiere un nivel diferente y se valora.

Para terminar se puede mencionar que el Viceministerio de Turismo, ha desarrollado un plan para la promoción de la gastronomía colombiana, en la cual describe fortalezas y retos que afronta la gastronomía, así mismo brinda estrategias para las falencias. Y el ministerio de cultura propone la salvaguardia y fomento de las cocinas tradicionales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras, enfocándose en el reconocimiento de los portadores de tradición culinaria y el fortalecimiento de la identidad cultural en cada una de las regiones. (Castillo, 2014, pág. 43).

“Es así, como el boom gastronómico actual, seguido del reconocimiento de la gastronomía latinoamericana son entendidas como situaciones favorables que le permitirán al país exponer y posicionar la cocina colombiana internacionalmente, lo cual contribuirá al desarrollo y crecimiento del sector turístico”. (Castillo, 2014, pág. 43).

Según la oferta gastronómica que tiene la localidad de La Candelaria de comida típica colombiana, se podrá determinar así cuáles serán los establecimientos adecuados para el diseño de la ruta típica. Además de esto se tendrá en cuenta las características del posible cliente esperado para la misma determinando su perfil.

## **7. Capítulo II: Perfil del cliente en relación con el turismo gastronómico colombiano.**

Toda persona tiene características diferentes y similares entre sí; en la cual el individuo está condicionado a pertenecer a un grupo de mercado o de segmentación, donde reúne a todas aquellas personas que tienen características, gustos y preferencias similares. En este ámbito el perfil de una persona describe las anteriores de una manera profunda, asociándolo con la personalidad de cada uno; mostrando así actitudes, aptitudes y comportamientos. “La demanda turística se puede definir como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y/o servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreación, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional.” (Montaner, 2001, pág. 31)

El perfil de una persona en el ámbito turístico, tiene en cuenta las necesidades descritas en la pirámide de Abraham Maslow, con primordiales necesidades básicas hasta la superación personal que este tiene; como también sus motivaciones. “El hombre tiene la necesidad de cubrir una serie de necesidades si van desde las más fundamentales para su supervivencia hasta las de autorrealización y prestigio pasando por las de su pertenencia social y afectiva” (Montaner, 2001, pág. 57)

“Hoy en día, la demanda turística está muy segmentada debido a sus particulares motivaciones y necesidades sociales condicionadas por la edad, sexo, estado civil, poder adquisitivo, nivel cultural. Por ejemplo, el turismo juvenil, el turismo de la tercera edad, el turismo familiar, el turismo de negocios.” (Montaner, 2001, pág. 31).

Maslow considera que las necesidades tienen un orden para él, como: las fisiológicas en un 85 %, las de seguridad en un 70 %, las sociales en un 50 %, las de estimación o psicológicas en un 40 % y las de autorrealización en un 10%. En cuanto a las motivaciones del turista, puede considerarse que las necesidades fisiológicas, son el descanso, el equilibrio físico y psíquico; la seguridad, en cuanto a accidentes y agresiones y las necesidades de desarrollo personal. (Montaner, 2001, pág. 59).

La psicología de la demanda turística abarca el estudio en todos los aspectos de psicosociales del cliente-turista- en cuanto a su comportamiento, motivaciones, necesidades, pautas culturales” Este tema es importante de tener en cuenta, porque permite obtener diferentes elementos que ayudan a conocer un poco más al cliente en sus posibles gustos, necesidades y estilos de vida que este tiene. Además, existen dos teorías, que permiten detectar el tipo de

cliente en el sector turístico, en este caso el más relevante de importancia para el trabajo es el perfil del turista gastronómico. Según la teoría de Kretschmer el turista es “*Pícnico*” en el cual las actividades de los turistas son organizadas de tipo sedentario, recreativo y gastronómico. Mientras que la teoría de Sheldon es *Endomorfo-viscerotónico*, en el cual le gustan las actividades turísticas organizadas dedicadas a la diversión, recreo, placer, gastronomía, actividades familiares. (Montaner, 2001, págs. 61-62).

### **7.1. Preferencias de los turistas**

El servicio y el tipo de entorno son factores determinantes para la compra del destino. Los turistas siempre van a preferir un destino el cual esté adaptado para ofrecer bienes y servicios, y que este en mejores condiciones para realizar turismo, es importante aclarar que el turista siempre va a elegir el destino que mejores condiciones climáticas le pueda ofrecer o el adecuado para que él se pueda adaptar fácilmente, buscando disfrutar de la oferta turística a un bajo costo, con el fin de que no se vea afectado su presupuesto de viaje; junto con la calidad y la gastronomía típica del lugar que están visitando o restaurantes que les llame la atención. Por lo general todo turista suele clasificar el viaje por nivel de importancia siendo el alojamiento el primero, la alimentación el segundo, el precio el de tercer lugar y por último están los atractivos que pueda ofrecer el destino al cual se dirigió. (Ramos, 2004).

Existen varios tipos de turistas; el turista nacional en donde se agrupan desde familias completas hasta personas de la tercera edad, el turista internacional que por lo general cuenta con un alto poder adquisitivo dejando atrás cualquier preocupación de dinero, aunque esto ha cambiado un poco; ahora los turistas buscan destinos en donde no tengan que invertir mucho dinero pero que si puedan disfrutar de su estancia en el destino, están los turistas mochileros que se caracterizan por poseer pocos recursos.

### **7.2. Perfil del turista internacional**

En la investigación internacional de mercados realizada por el fondo de promoción turística de Colombia, mediante la aplicación de encuestas a los turistas, arroja que la tendencia demográfica de la demanda, en su mayoría son viajeros entre los 26 a los 35 años; en su mayoría hombres, empleados profesionales, con un paquete comprado y un hospedaje definido. Con ese perfil deducen que: “Tienen un buen nivel de ingreso que les da independencia y conocimiento del producto de mayor calidad. Este perfil es asociado al viajero individual, algunos tipo “mochileros” o backpackers o de parejas jóvenes sin hijos”. (FONTUR & MinCIT, 2012)

“En cuanto al ciclo de vida, para Costa Rica, Chile, Brasil, Canadá, Estados Unidos y Uruguay, vienen a Colombia principalmente, jóvenes independientes que viven fuera del hogar paterno. De Bolivia y Panamá, son los países donde más parejas jóvenes visitan a Colombia.” (FONTUR & MinCIT, 2012)

Dentro de las motivaciones que tiene los turistas internacionales para venir a Colombia son por razones distribuidas de la siguiente manera:

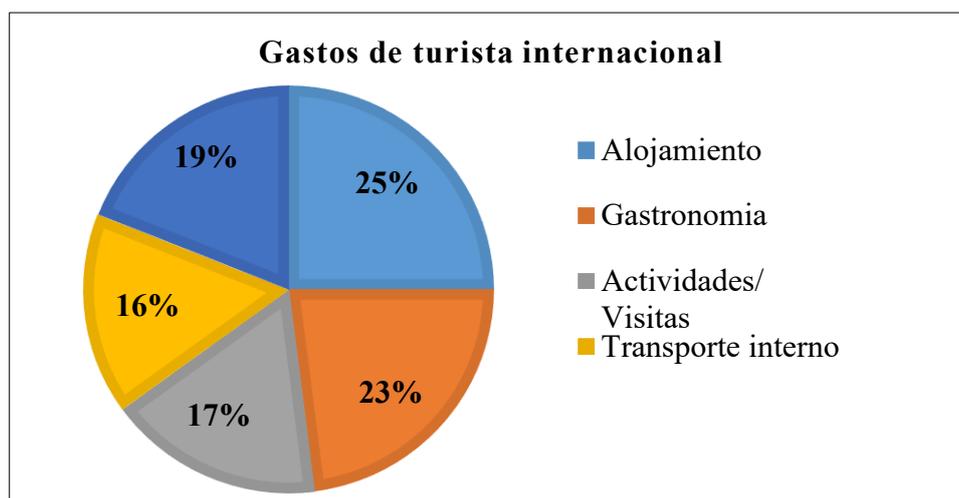


**Figura 13.** Motivación de viajar a Colombia. Informe de investigación internacional de mercados para la región de América (2017).

La ciudad de Cartagena sobresale en atractivos turísticos y Bogotá en diversión, la cual está asociada con la gastronomía, la cultura y el ocio. “La gastronomía es un aspecto importante de potencializar ya que los viajeros internacionales la reportan como una de las actividades que realizan en Colombia (13%) y además es vista como una fortaleza para los Mayoristas Internacionales (7%)”. (FONTUR & MinCIT, 2012)

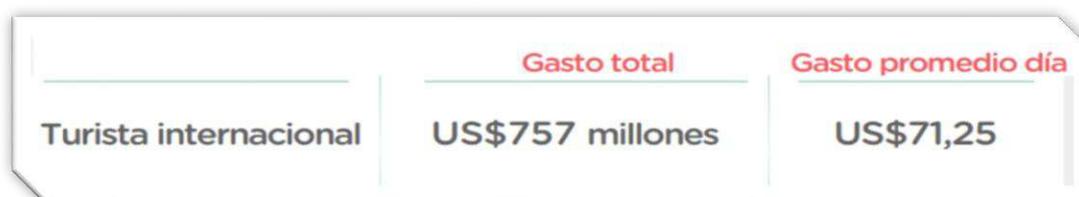
### 7.2.1. Gastos del turista internacional.

En promedio la estadía de un turista en otro lugar es de 6 noches, 7 días, los gastos están distribuidos por compras, consumo de alimentos y bebidas, servicio de alojamiento, actividades adicionales. En la siguiente figura se muestra el gasto promedio de los turistas internacionales en su estancia en Colombia.



**Figura 14.** Gasto de turistas internacionales. Informe de investigación internacional de mercados para la región de América (2017).

El distrito de turismo de Bogotá, indagó y realizó un promedio del dinero que gastan los turistas internacionales en la ciudad anualmente, mostrando los datos de la siguiente manera:

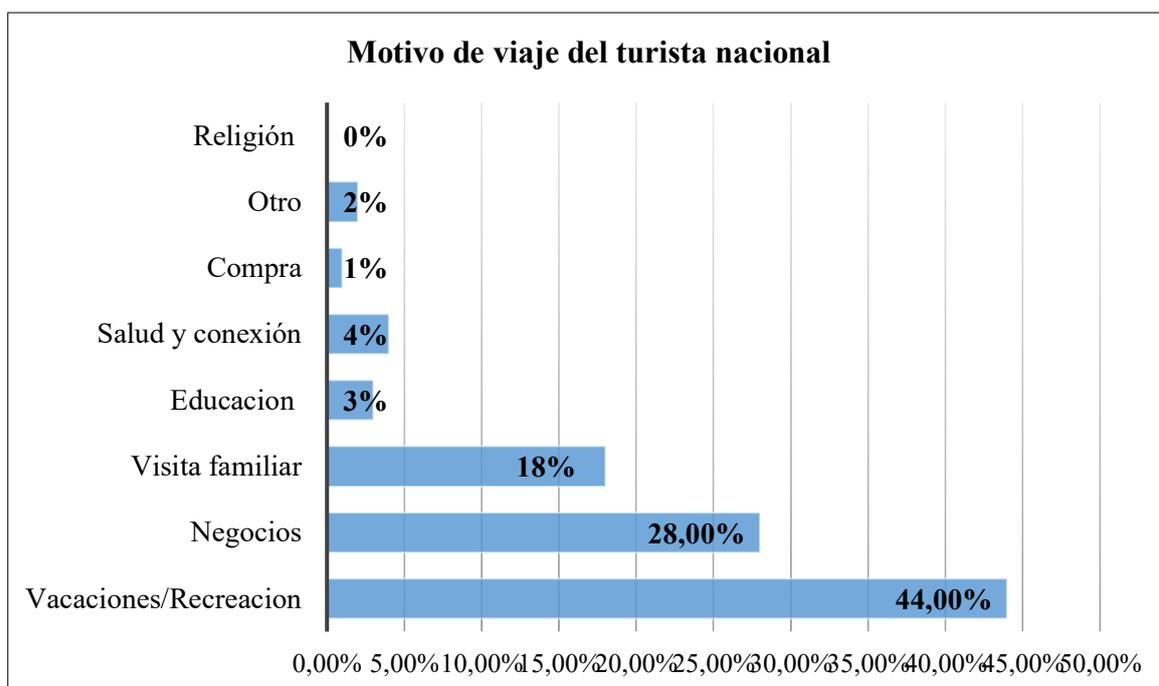


**Figura 15.** Gasto total del turista internacional. Viajeros – IDT Alcaldía Mayor de Bogotá. (2017).

### 7.3. Perfil turista nacional

El turista nacional cuando decide tomar vacaciones lo hace porque considera que debe tomar un descanso de su labor diaria, por lo general se basan en las experiencias que hayan tenido amigos o familiares para dirigirse a ese sitio y el tiempo que estiman para sus vacaciones son aproximadamente 10 días. Un 56% suele viajar con otro adulto o en pareja, el 31% viaja con su familia e hijos, el 33% viajan solos y el 17% realizan turismo con amigos o en grupo.

El desplazamiento del turista nacional por lo general se hace en la temporada de enero y agosto, dado a que son temporadas de vacaciones y que solo lo hacen una vez al año, dirigiéndose habitualmente a la Costa Atlántica. Son personas la cual siempre buscarán destinos de sol y playa para disfrutar en familia, les gusta mucho la vida nocturna, todo lo relacionado con el relax y actividades de agua y la gastronomía.



**Figura 16.** Motivación de Viaje de turistas nacionales. Observatorio de turismo – IDT (2017).

### 7.3.1. Gastos del turista nacional.

El turista nacional suele gastar más en turismo de negocios o de trabajo que por otros motivos \$167.505 > 57.611, el turista gasta más en hospedaje, en hoteles correspondiendo al 61% de las pernoctas cines, hacen también uso del transporte aéreo correspondiendo al 26%, en alojamiento es donde más se presenta gasto \$34.744 y en transporte en promedio 45.445. Cuando el turista viaja por motivos de visitas a familiares el gasto disminuye por día \$34.838 divididos en 452 en alojamiento, 11.828 en alimentos y bebidas y el transporte. A continuación, se presenta en la figura el gasto total y promedio diario que tienen los turistas nacionales



**Figura 17.** Gasto total del turista nacional. Viajeros – IDT Alcaldía Mayor de Bogotá. (2017).

#### 7.4. Perfil de turista gastronómico

La demanda que presenta el turismo gastronómico en un destino varía directamente de preferencias, gustos, intereses de las personas. Existen turistas que simplemente se alimentan, porque para estos tienen una visión de la comida como una necesidad fisiológica, la cual no los motiva a viajar. Para este turista la alimentación asume la importancia habitual que tiene en su vida y el hecho de estar en un lugar con gastronomía diferente, no altera sus hábitos alimentarios y sociales. Por el contrario, existen personas que viajan para conocer y degustar la gastronomía de un lugar; estos se consideran turistas gastronómicos y tienen la necesidad fisiológica pero combinado con la cultura gastronómica del lugar que está visitando. El segmento de turistas que viajan por gastronomía y cultura se llama, turismo gastronómico. Según (Oliveira, 2011, pág. 6) “Es posible encontrar por todos lados personas que viajan para “experimentar, degustar, probar nuevos sabores” ya sea en restaurantes, ferias gastronómicas, cenas medievales y otros eventos” Citado de (Saramago, 2002).

En el informe de la encuesta de percepción a turistas que arribaron por el aeropuerto internacional El Dorado a Bogotá, en diciembre de 2017. El observatorio de Turismo – IDT. Afirma que:



**Figura 18.** Turistas que realizan actividades gastronómicas en Bogotá. Infografía Observatorio de turismo – IDT (2017).

En varios países se realizaron estudios: Canadá (2003), Australia (2004) y Estados Unidos (2005); con el fin de caracterizar y definir comportamientos asociados al perfil de un turista gastronómico. (Oliveira, 2011, pág. 6) afirma que en los estudios se pudo evidenciar que: “Es posible inferir que el turista gastronómico tiene entre 18 y 45 años; puede ser hombre o mujer; la mayoría tiene pareja, con o sin hijos; posee un nivel cultural elevado; y es de clase media-alta o alta”. Citado de (Hall & Michel, 2011)

El turista se desplaza por diversas motivaciones, entre las cuales la pasión por la cocina, lo cual lo lleva a convertirse en un turista gastronómico. (Oliveira, 2011, pág. 6) afirma que es un modelo aplicado a turistas gastronómicos, estos tienen motivaciones como: Física, cultural, interpersonal, status, y prestigio. Citado de (Fields, 2002).

La acción de alimentarse es una necesidad fisiológica de todas las personas, sin embargo, los alimentos despiertan los sentidos en las personas generando motivación física para viajar y conocer un destino.

La motivación cultural, es en la cual los turistas ven la gastronomía como una posibilidad o un medio para conocer la cultura del lugar visitado. (Oliveira, 2011, pág. 6) Afirma que:

“No es sólo el acto de probar la comida que atrae turistas por motivos culturales, sino la posibilidad de conocer los rituales y hábitos asociados a la gastronomía de un pueblo, la posibilidad de visitar museos sobre esta temática o aprender a preparar platos de un determinado lugar. Quien viaja para aumentar su conocimiento sobre la gastronomía de un lugar, o para aprender a preparar un plato, está viajando debido a una motivación gastronómica cultural.” Citado de (Roden, 2003).

Motivaciones físicas incluyen las relaciones con el descanso físico, participación en los deportes, recreación en las playas, en el campo, entretenimiento relajante y otras motivaciones relacionadas con la salud. Las motivaciones culturales se identifican con el deseo de conocer otros países con otras culturas desde el punto de vista histórico, monumental y artístico. Así como todas las manifestaciones culturales y antropológicas relacionadas con la música, el folklore, la artesanía, la gastronomía, la religión. (Montaner, 2001, pág. 59).

La motivación interpersonal se relaciona directamente con que la mayoría de las personas asocia la comida con un momento de interacción con los demás. Así los turistas consiguen por medio de una charla, disfrutar de la compañía y recibir un gusto por consumir alimentos en grupo, sea en un restaurante, ferias gastronómicas, festividades, entre otros. (Oliveira, 2011, p.7) dice que: “El acto de comer fuera de casa tiene una función social muy importante, ya que permite estrechar relaciones entre quienes viajan en grupo e, incluso, crear nuevas relaciones e interacciones con nuevas personas” Citado de (Fields, 2002).

Se basan en tener el deseo de conocer nuevas personas, visitar amigos y familiares. Las motivaciones de cambio de actividad y de lugar geográfico están encaminadas a salir de la rutina, del trabajo y de la actividad diaria, romper con la monotonía diaria. Salir del ámbito geográfico diario y desplazarse a nuevos paisajes geográficos. (Montaner, 2001, pág. 59).

Las motivaciones de status y prestigio se refieren a las necesidades del ego y al desarrollo personal. En esta categoría se incluyen los viajes relacionados con los negocios, convenciones, estudios y educación. (Montaner, 2001, pág. 59).

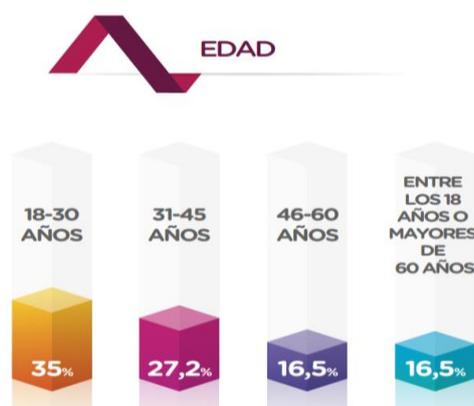
Se relaciona con el ser parte a una clase social alta, en la cual los restaurantes que son recomendados por clasificación de tenedores, o estrellas Michelin demuestran calidad, haciendo así que una comida en un restaurante recomendado da al turista o la persona un status. (Oliveira, 2011, pág. 7) señala que:

“El turismo gastronómico se ha convertido en una parte importante del estilo de vida de la nueva clase media. Para muchos, el hecho de poder contar a los otros que se tomó una comida en un lugar de prestigio o poco conocido mencionando los detalles y los precios, es la posibilidad de poder obtener un estatus social más elevado y ser reconocido”. (Fields, 2002)

### 7.5. Resultado final del perfil del turista interesado en la propuesta de la ruta típica gastronómica

Para poder determinar el perfil del cliente al cual estará dirigida la ruta típica gastronómica, se diseñó y aplicó una encuesta de 10 preguntas, con el fin de identificar las características, preferencias, de los turistas y visitantes al V congreso gastronómico “Sabor Candelaria” desarrollado en el mes de septiembre en la localidad, dejando así a la gastronomía en un concepto alto no solo como una necesidad básica de alimentarse.

Según el informe desarrollado por el IDT en el año 2017 de la IV versión del congreso gastronómico “Sabor Candelaria” muestra que el 35% de los visitantes se encuentran entre los 18 a los 30 años. Seguido del 27 % con edades entre los 31 a los 45 años; siendo estos rangos los más representativo



**Figura 19.** Edad de visitantes en el IV congreso gastronómico “Sabor Candelaria”(2017).

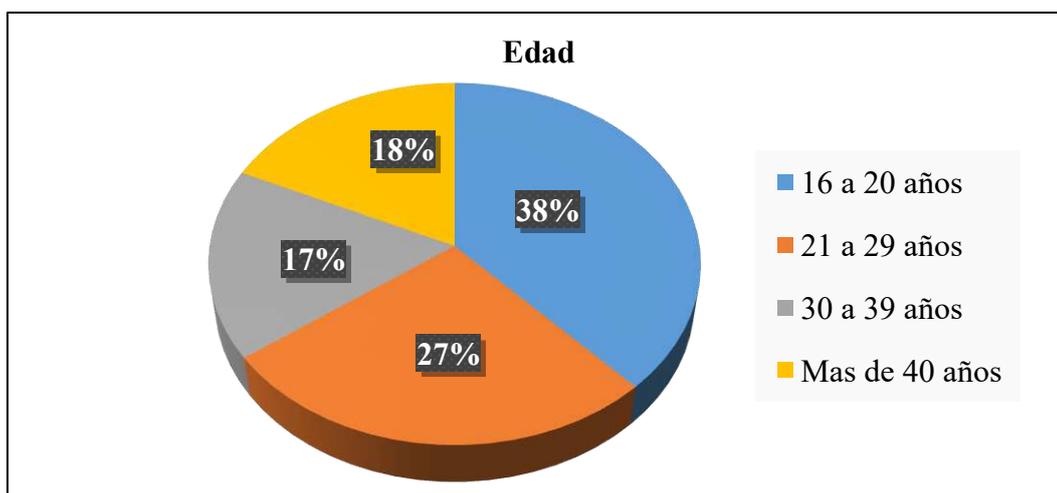
Infografía datos IV congreso Sabor Candelaria (2017).

Se evidencia que los asistentes del IV congreso “sabor candelaria” del año 2017, el género predominante es el femenino con un 60,2%; mientras que el género masculino tiene una participación del 39,8%. Se estima que en la V versión del congreso para el año 2018 se mantenga el género femenino como mayor visitante a esta.



**Figura 20.** Genero de visitantes. Infografía datos IV congreso Sabor Candelaria (2017).

Los resultados arrojan que de un total de 100 personas al cual se le aplicaron las encuestas, 37 de estas son hombres y 63 son mujeres. En el perfil del cliente, la edad es un punto importante, puesto que determina el rango posible que estará interesado en la ruta típica gastronómica. En el análisis correspondiente, se evidencia que la mayoría de los visitantes al congreso gastronómico son personas entre los 16 años a los 29 años de edad, debido a que son personas que están ubicados en el grupo de los millenians y que además por sus características de ser introvertidos, indagan sobre temas del pasado y la tradición; por lo cual lo hacen ser personas jóvenes que en su mayoría son estudiantes relacionadas a todos los temas culinarios y gastronómicos; aunque no quiere decir que la ruta estará enfocada a este grupo determinado. La profesión no infiere en el perfil del cliente de la ruta; con respecto a la edad, se determina que podrían ser mayores de 18 años. En la siguiente figura se puede observar el resultado de las encuestas con respecto a la edad de los visitantes.

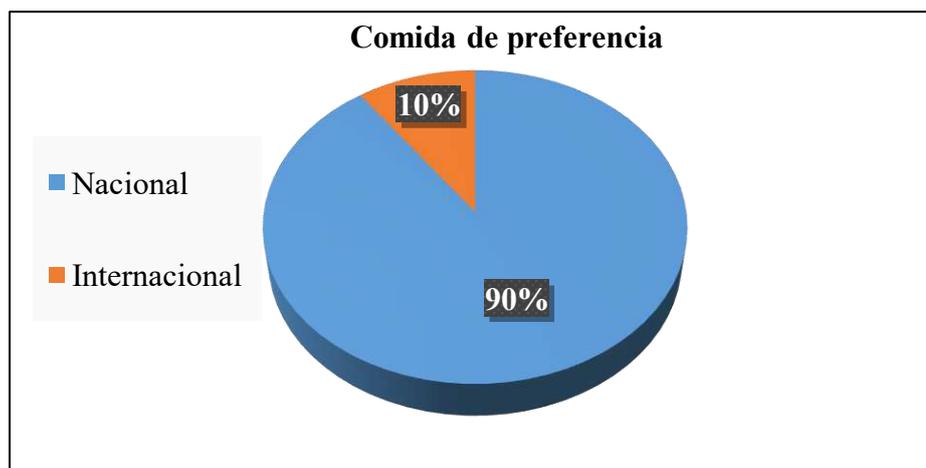


**Figura 21.** Tabulación de la edad de los visitantes. Elaboración propia (2018). Información extraída de los análisis. (Ver anexo 1.1).

La edad se puede relacionar directamente con la pregunta 7, puesto que la identificación y apropiación de la cocina colombiana es vista desde diferentes ángulos y mucho más desde la edad de la persona. El 90% de los encuestados afirman que la apropiación y la identidad gastronómica se ha perdido y el 10 % restante afirman que se está trabajando y desarrollando proyectos y estrategias para conservar y divulgar las tradiciones gastronómicas. (Anexo 1.1).

Según la entrevista al chef colombiano Adolfo Sánchez del SENA, afirma que para incentivar la identidad se debe hacer: “Creando educación y cultura en la gente joven, yo junto con otros compañeros ya somos los que estamos pasando, pero estamos dejando enseñanzas a las nuevas generaciones que tiene que ir tomando conciencia.” (Sanchez, 2018)

Por otro lado, la opinión del chef Jack Molina se basa en que: “Se debe hacer por medio de una inyección, pasión y amor, pero que lo debe sentir cada persona, para apropiarse de la historia y de lo que somos, porque esto es una misión más que un deber.” (Molina, 2018)



**Figura 22.** Preferencia de la comida de los visitantes encuestados. Elaboración propia (2018). Información extraída de los análisis. (Ver anexo 1.1).

Se destaca que los encuestados en el consumo de alimentos tienen como preferencia la cocina nacional con un 90% a diferencia de la cocina internacional que obtuvo un 10%. Dentro de los platos típicos de preferencia de las personas encuestadas el ajiaco ha obtenido el mayor porcentaje seguido de la chuleta valluna; esta pregunta se puede relacionar con los postres típicos debido a que están unidas por tratarse de la gastronomía del país, en los resultados obtenidos la cuajada con salsas es el postre más representativo para los encuestados. (Ver anexo 1.1).

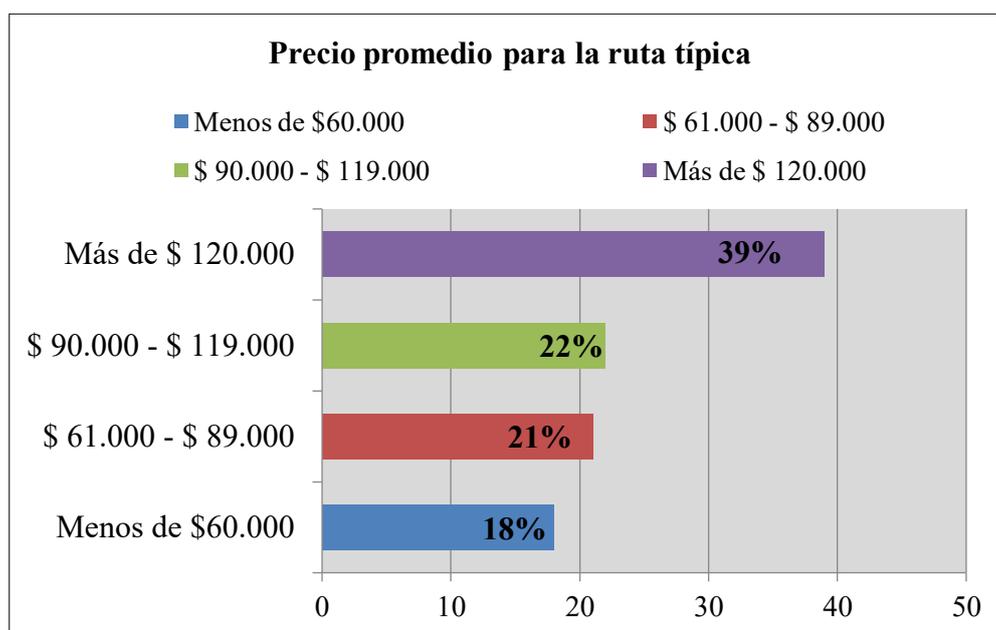
En la entrevista realizada a los chefs colombianos, se indaga sobre el plato que representa al país, en base a esto el chef Adolfo Sánchez afirma que:

“En este momento el ajiaco con pollo es el plato más representativo del país, se prepara en todos los departamentos, aunque con diferentes ingredientes. Internacionalmente el más destacado es el ajiaco santafereño, caracterizado por sus ingredientes tradicionales, como las tres clases de papa, las guascas y la mazorca.” (Sánchez, 2018)

Por otro lado, el chef colombiano Jack Molina y coordinador del programa de Administración hotelera y turística de la Corporación Unificada Nacional – CUN dice que:

“Para mí serían todos; hay muchos platos ancestrales realizados por tradición hechos desde muchas eras atrás y que no son conocidos como platos típicos. Para mí son la bandeja paisa, el ajiaco, el cocido boyacense, el tamal, como también platos que son trabajados en la región del pacífico, caribe y demás. Yo amo y me siento orgulloso de la variedad de ingredientes y preparaciones que tenemos, porque no todos los países lo tienen.” (Molina, 2018)

La capacidad de pago es un punto importante en la determinación del perfil puesto a que permite ver el poder económico que tienen las personas para adquirir la ruta. Mediante los análisis correspondientes se puede analizar que la condición económica de las personas encuestadas estima un promedio de gasto en el servicio de la ruta mayor a \$120.000. Aunque en este capítulo no se determinara el precio final hasta el momento del diseño de la ruta, teniendo en cuenta parámetros como tiempos y espacios. La siguiente figura muestra el resultado de las encuestas con respecto al precio que están dispuestos a dar por el servicio de la ruta típica gastronómica colombiana.



**Figura 23.** Precio promedio de la ruta escogido por los visitantes encuestados. Elaboración propia (2018). Información extraída de los análisis. (Ver anexo 1.1).

Mediante la implementación y desarrollo de las encuestas realizadas en el mes de septiembre tanto a turistas como a visitantes del V congreso gastronómico “Sabor Candelaria”, permite identificar preferencias, gustos, datos básicos, intereses de las personas que serán el cliente potencial de la ruta típica gastronómica, determinando el perfil correspondiente teniendo en cuenta las siguientes preguntas de las encuestas, agrupándolas por la variante del perfil.

Tabla 4.  
*Variables para determinar el perfil del turista.*

Variable	Preguntas
Variante demográfica	¿En qué rango de edad se encuentra usted? ¿Cree usted que la identidad y apropiación gastronómica nacional se ha perdido?
Variable socioeconómica	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de la ruta típica gastronómica?
Variable psicográfica	¿Cuándo usted frecuenta un restaurante ¿Qué tipo de comida prefiere? ¿Cuándo usted decide consumir un plato típico a que zona de la ciudad se dirige? ¿Qué plato típico prefiere comer? ¿Qué es lo que más le gusta de la gastronomía colombiana?
Variable por comportamiento	Se determina en la realización de las encuestas que las personas, se encuentran interesadas por la gastronomía colombiana, las tradiciones y rutas gastronómicas que rescaten la cocina.

Nota: Elaboración propia (2018)

Se tiene como resultado final que cada una de las variables ayuda a determinar el perfil de los turistas, que tendrá el proyecto, para cuando se implemente la ruta típica gastronómica determinándose así:

Tabla 5.  
*Perfil del turista para la ruta típica gastronómica colombiana.*

Variable geográfica	
País	Colombia
Región	Andina
Departamento	Cundinamarca
Ciudad	Bogotá
Localidad	La Candelaria
Variable demográfica	
Edad	Mayores de 18 años
Ocupación	No infiere, aunque la mayoría serán estudiantes, independientes, empleados y pensionados
Variable socioeconómica	
Nivel estrato	Mayor a estrato 1
Ingresos	Igual o mayor a 1 smmlv
Variable psicográfica	
Clase social	No infiere
Estilo de vida	Formal-adaptado: que tiene un gusto por la tradición, cultura, historia y la gastronomía.
Variable por comportamiento	
Disposición	Interesado y deseoso por la gastronomía colombiana.

Nota: Elaboración propia (2018)

Después de realizado el trabajo de campo y la aplicación de los instrumentos de recolección de datos como encuestas y entrevistas, se determina que los rasgos predominantes para el perfil del cliente para la ruta típica gastronómica son: Personas de cualquier género, que sean mayores a 18 años, sin una ocupación y clase social en específica, que reciban salario mayor o igual a 1SMMLV, que demuestren tener interés por la tradición, cultura, historia y la gastronomía colombiana; teniendo en cuenta los gustos e intereses de las personas encuestadas en cuanto a los platos típicos del país. Dada la información recolectada lleva a determinar como resultado final los elementos que van a constituir la ruta típica gastronómica colombiana en La Candelaria.

## **8. Capítulo III. Propuesta de diseño y promoción de la ruta típica gastronómica colombiana**

Para Tomas López una ruta turística es entendida como “la creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico de determinadas zonas geográficas a través del turismo” (2011, p.5) Citado de (Briedenhann; Wickens, 2003)

Por otro lado, las rutas turísticas tienen como fin promocionar o divulgar una zona determinada de un lugar a través de los recursos que tiene, permitiendo la interacción entre los turistas y el entorno del sitio que visitan.

“La ruta turística tiene por función la promoción de un área, de una región o de una temática con potencialidad turística. Entre sus principales características se encuentran: la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en un determinado destino.” (Chan, Nelida, 2005, pág. 10)

Entre otras definiciones la OMT (2014) expresa que:

“Las rutas turísticas adquieren relevancia en el desarrollo sostenible del turismo por múltiples factores. La explotación de las mismas puede extenderse durante todo el año y por todo el territorio, los que se convierte en una herramienta más para hacer frente a la estacionalidad y para la distribución regional de la riqueza.”

### **8.1. Antecedentes de rutas gastronómicas**

Existen dos conceptos que se diferencian entre si los cuales son: Rutas alimentarias y rutas gastronómicas. La ruta alimentaria es entendida como un itinerario que permite disfrutar de una manera organizada el proceso productivo industrial y la degustación de platos que tienen productos regionales, y no le otorga importancia a la degustación en específico de platos tradicionales. Se enfatiza más a los productos y no en la cocina tradicional y típica. (Arriola, s.f, pág. 6)

Las rutas gastronómicas permiten el descubrimiento de un territorio o zona relacionado con el patrimonio culinario local o regional. Se enfatiza en la degustación de la cocina tradicional. Al igual que la ruta alimentaria se maneja un itinerario organizado con la diferencia que las degustaciones ofrecidas es de platos típicos de la región, como también del disfrute de actividades culturales, deportivas respetando el entorno ambiental. (Arriola, s.f, pág. 6)

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

Se realiza una breve investigación para determinar algunas rutas, que sirven como referencia y guía para la construcción y diseño de la ruta típica gastronómica; dentro de las cuales se encuentran:

Tabla 6.

*Rutas gastronómicas en Colombia.*

Nombre ruta	Lugar	Descripción
Ruta: Candelaria “agua, aire, tierra y fuego”.	La Candelaria – Bogotá.	En esta ruta, se da un reconocimiento a los elementos aire, tierra, fuego y agua, en un contexto histórico por toda La Candelaria, pasando por los lugares más emblemáticos de la zona.
Ruta gastronómica “Medellín, si sabe”	Medellín – Antioquia	Liderado por la alcaldía, busca resaltar la comida típica y fortalecer el consumo local. Recorrido que invita a degustar y conocer la comida tradicional como: arepa rellena, cazuela de frijoles. Promociona diez líneas gastronómicas, divididas en colores, en función de la especialidad de cada restaurante, en el que los comensales acumularán "sellos" hasta completar la ruta.
Sabor Payanés para los turistas	Popayán – Cauca	La ruta tiene muestras de la elaboración de dulces tradicionales como las brevas, el pastel payanés, rosquillas, manjar blanco y sus presentaciones, las empanadas y los platos tradicionales como la sopa de tortilla y las frituras. Conocen los procesos de producción y degustación de los productos.

Nota: Elaboración propia (2018)

Tabla 7.

*Rutas gastronómicas internacionales.*

Nombre ruta	Lugar	Descripción
La ruta de los mercados	Morelos-México	Es una ruta en la cual visitara el mercado principal, haciendo un intercambio de productos y cultura con los residentes locales del pueblo, realizan talleres de producción de alfarería y de cocina artesanal. Los lugares que visitan son: Mercado de Tepoztlán, Taller de alfarería en Tlayacapan, Palacio de Cortés, Pirámides de Teopanzolco. Tiene una duración de 2 días / 1 noche. (SECTUR, sf, págs. 22-23)
La ruta de los mercados	Guerrero – México	Taller de elaboración de tortillas: Taller donde se le enseña al turista a elaborar el acompañante perfecto para todo tipo de platillos, la tortilla, el turista se podrá involucrar en el sencillo y a la vez complejo proceso de elaboración para después poder degustarlo con diversos guisos de la casa. Productos: Chile guajillo, Jumiles, Chorreado y el Mole rosa. Duración sugerida: 2 días/ 1 noche. (SECTUR,sf, págs. 26-27)
Platillos con historia	Querétaro - México	Visita de varios lugares con un fin gastronómico y enológico en el estado de Querétaro, realizando las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadito Queretano: Es un espacio culinario y cultural donde los comerciantes de todo el estado se reúnen y venden las delicias gastronómicas que fabrican de manera artesanal. Se ofrecen desde licores y chiles serranos, quesos artesanales, vinos, productos vegetarianos, hasta una gran variedad de dulces tradicionales.</li> <li>• Ezequiel Montes: Ofrece recorridos guiados por las cavas, aprendiendo procesos de elaboración, degustando vinos y disfrutando de variados eventos especiales. En el corazón de la zona vinícola, ubicación escogida por las condiciones óptimas para el cultivo de la vid.</li> <li>• Rancho Santa Marina: Ofrece a sus visitantes la oportunidad de experimentar la producción y degustación de los quesos, así como conocer y aprender de pastoreo de ovejas, el tipo de alimentación que reciben y el procedimiento de ordeña. Duración: 2 días/1 noche (SECTUR, sf, págs. 32-33)</li> </ul>
Cocina al son del mariachi	Jalisco-México	La Cofradía: Descubre una hacienda tequilera, rodeada por la naturaleza y enmarcada por el paisaje agavero. El Charro: Visita a Tienda El Charro, famosa tienda de trajes para charro y todo lo relacionado al ámbito de la Charrería. Duración: 3 días/ 2noches. (SECTUR,sf, págs. 38-39)
Los sabores del mar	Colima – México	La Ruta del Café: Pasa por Suchitlán, donde puedes encontrar comida típica en restaurantes y artesanías. Pasa también al Rancho de Agosto, zona mágica donde se encuentra el centro histórico, manantial de Zacualpan.

---

			<p>Granja Integral La Lomita: Ofrece visitas guiadas a cultivos orgánicos, producción de energía de biogás, cría de animales. Un guía te da un recorrido por la huerta y te da la explicación del cuidado que debe tener un producto orgánico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo de la sal: Dado que la actividad económica de mayor importancia en esta localidad es la extracción de la sal, se creó este singular museo. Está montado en una de las bodegas salineras, aquí el visitante podrá observar una reproducción de las muchas y famosas salinas de este poblado Colimense. Duración sugerida: 2 días/ 1noche. (SECTUR,sf, págs. 42-43)</li> </ul>
Los sabores mole	mil del Oaxaca – México	–	<p>*Mercado 20 de noviembre: En el corazón de la ciudad, se ubica este mercado, dedicado a la venta de comida, en fondas típicas oaxaqueña.</p> <p>*Dulces Regionales Conchita: Dulces típicos de Oaxaca ubicados dentro del mercado de Ocotlán de Morelos en Oaxaca donde podrá degustar dulces como son los menguanitos, empanadas de lechecita, tortitas de coco, mamones, suspiros.</p> <p>*Rancho Zapata: Mezcalera Productora Artesanal &amp; Restaurante Gourmet Regional, Nacional &amp; Internacional, ofrece recorridos por Rancho Zapata, actual Planta.</p> <p>*Productora de Mezcal. Deguste de una amplia gama de auténticos mezcales de producción propia. Duración sugerida: 3 días/ 2 noches. (SECTUR,sf, págs. 34-35)</p>
“Ruta de la Maca”	de la Región de Pasco y Junín-Perú		<p>Es un producto andino energizante; con el propósito de promover la afluencia turística a esas zonas ubicadas en el centro del país. Tiene una duración de 1 día. Los turistas pueden disfrutar de los paisajes, intercambio con las culturas campesinas, disfrutar de productos derivados de la Maca, como la mermelada, harina y licores.</p>

---

Nota: Elaboración propia (2018)

## 8.2. Propuesta de la ruta típica gastronómica en La Candelaria

Para la implementación de la ruta típica gastronómica, se diseñará un logotipo, la propuesta del recorrido que se va a realizar, el itinerario de tiempos y movimientos que se tendrán en la misma; además de esto un presupuesto de costos para la estructuración y estrategias para la divulgación de la ruta típica gastronómica.

### 8.2.1. Logotipo y eslogan.

Nombre: Ruta típica gastronómica colombiana “Regiones & Sabores”



**Figura 24.** Logo de la ruta típica gastronómica colombiana. Elaboración propia (2018).

En la anterior figura se puede evidenciar el logo de la Ruta típica gastronómica colombiana “Regiones & Sabores”; el cual contiene una fuente de letra relacionándolo con pisaduras de zapatos (huellas); el nombre para la ruta será: “Regiones & Sabores” el cual tiene una letra sencilla, de un solo color (Rojo) buscando demostrar que sentimos amor por lo que hacemos, la palabra “Regiones” evidencia que la ruta se enfatizará en cada una de las 6 regiones que tiene el país; mientras que la palabra “Sabores” demuestra la cocina típica que tiene cada una de estas. El dibujo como tal es la silueta de un tenedor, una cuchara y un cuchillo tomando los colores de la bandera de Colombia (Amarillo, Azul y Rojo); este se evidencia que está dentro de un símbolo de ubicación de color amarillo, relacionándolo con el color principal de la bandera de Colombia y además de la bandera de Bogotá, expresando así que la ruta será establecida en un punto exacto, el cual será La Candelaria; además alrededor de este se encuentran rayas grises expresando líneas de un camino, y huellas de zapatos color negro porque son dados con mayor fuerza (Se evidencia que el número total de huellas de zapatos

son siete, puesto que son el número de paradas que hace el turista para conocer, y tener una experiencia de la gastronomía típica colombiana) .

El eslogan es la frase “Una Experiencia en cada paso”, resaltando las huellas que tiene el logo, se enfatiza en que cada pisadura en un paso más de la ruta y que además dentro de cada una de ellas el turista podrá tener una experiencia única relacionado a la gastronomía típica colombiana.

### 8.2.2. Propuesta de la ruta.

Se determina que para el diseño de la ruta típica gastronómica se desarrollará en un solo día dadas las condiciones de la localidad, puesto que tiene todos los prestadores turísticos (Guías turísticos, restaurantes) en la misma zona. Adicional a esto la ruta prestará sus servicios los días jueves a sábado (El día domingo no se prestará el servicio de la ruta debido al flujo de personas visitando los establecimientos que hacen parte de la misma).



**Figura 25.** Arte y pasión Café. Instagram arteypasioncafe (2018).

Para la ruta típica gastronómica colombiana el punto de encuentro será en Arte y Pasión - Café (Calle 10 # 8-87) a las 7:00am; dadas las 7:30am se da inicio de esta; en este lugar se realizará una degustación de cafés de origen Santander, Huila, Nariño y Cundinamarca, por parte del barista Antonio Romero, con una duración aproximada de una hora; sobre las 8:30 am al salir del establecimiento se entregará a cada cliente una botella de agua de (600ml) pensando en su hidratación para el día; enseguida se dará inicio del recorrido hacia la Plaza de Bolívar, llegan a la esquina del Capitolio Nacional, se toma la carrera 8<sup>va</sup> hasta la calle 11; donde se hablará de todos los acontecimientos históricos y gastronómicos; se subirá por la calle 11 hasta

llegar al Restaurante La Puerta Falsa; haciendo relevancia de este, por ser un lugar emblemático debido a su antigüedad e historia que tiene en la ciudad de Bogotá.



**Figura 26.** Restaurante Puerta De La Catedral. Instagram lapuertacatedral (2018).

A las 9:15am sobre la calle 11 se dirige al Restaurante La puerta de la Catedral, para tomar el desayuno representando en este lugar la comida típica de la región Andina, los platos que se ofrecen a los clientes son: Mini tamal, chocolate y almojábana (Primera Opción) o Caldo de costilla, chocolate y almojábana (Segunda opción). Mientras esperan el desayuno, el encargado del servicio de comedor dará una explicación sobre los platos tradicionales de la región Andina que disfrutarán en este lugar hasta las 10:45am

Después del desayuno sobre las 11:00 am se continua el trayecto por la calle 11 hasta la carrera 4<sup>ta</sup> ; para admirar otra parte de la historia y cultura donde se encuentra el Museo de Botero, Museo de la casa de la moneda, centro cultural Gabriel García Márquez llegando hasta la esquina de la Biblioteca Luis Ángel Arango sobre las 11:10 el guía dará una contextualización a los clientes sobre libros que contienen poemas basados en la gastronomía del país; a las afueras del lugar, hasta las 11:40 am.



**Figura 27.** Entrada “Edad de Plátano”. Instagram origenbistro (2018).



**Figura 28.** Restaurante Origen Bistró. Instagram origenbistro (2018).

Sobre las 11:45 am; sigue el recorrido por la carrera 4<sup>ta</sup> hasta la calle 12d para llegar a las 12:00 pm al Restaurante Origen Bistró el cual brinda una variedad gastronómica de diferentes regiones del país. En este lugar se recibirá al grupo, y se les hará entrega a las 12:10 pm un kit de manipulación de alimentos desechable (Cofia, delantal, tapabocas y guantes) donde deberán hacer parejas para la realización del taller participativo de una preparación. Desde las 12:20 pm se da inicio al taller, dando una breve explicación por parte del Chef el cual hace entrega de los insumos y materias primas ya listas (mise en place), el plato a elaborar en el taller es “Edad del plátano”; el cual está compuesto de dos aborrajados y dos marranitas con el fin de compartir por los grupos del taller hasta la 1:00 pm degustando de las entradas. Se llegó a un acuerdo con el restaurante, en donde ellos se harán cargo de las demás preparaciones de las entradas las cuales son: Ceviche del pacifico (Una entrada para cada uno con un aproximado de 90 gramos de filete de tilapia acompañado de chips de plátano) y Trilogía de Maíz (Arepa de choclo, arepa

de huevo y arepa con queso con un aproximado de 30 gramos por cada una); además de esto el restaurante obsequiará la bebida para acompañar los platos fuertes. A la 1:30 pm se ofrece los platos fuerte los cuales podrán escoger entre uno de los siguientes: Posta Negra Cartagenera, Chuletón de Cerdo bañado en salsa de frutos amazónicos o Ajiaco Santafereño con arroz y aguacate aproximadamente de 350 gramos cada uno ;mientras esperan la preparación de los fuertes el mesero dará una explicación y una charla sobre los principales platos típicos de cada región que ofrece el restaurante y algunas de sus características; para las bebidas se ofrecen tres opciones: Limonada natural, jugo de borojó o jugo de arazá. Disfrutaran en este lugar hasta las 3:00 pm.

Al terminar el almuerzo a las 3:10 pm; se continua por la carrera 4<sup>ta</sup> hasta el eje ambiental; donde se encuentra el parque de los periodistas, se pasa por la parte de afuera de los Restaurantes Casa Vieja y Sanalejo para dar una explicación de estos debido a que tienen mucha tradición en Bogotá.



**Figura 29.** Plazoleta Chorro de Quevedo. Travelguide.com (2018).



**Figura 30.** Cuajada con salsas. Travelguide.com (2018).

Se continua el recorrido a las 3:30 pm, subiendo por el conocido callejón del embudo (carrera 2 # 12b bis) , es una antigua vía estrecha y empedrada, donde se encuentran bebidas y artesanías tradicionales; hasta llegar a la Plazoleta Del Chorro de Quevedo, se recorre este lugar resaltando acontecimientos culinarios, históricos y de restaurantes; se ofrecen dos postres típicos colombianos de la región Andina y Orinoquia, donde los turistas podrán tomar la decisión de consumirlos al instante o quien desea llevarlo (En caso tal de no consumirlo se hará entrega de este al finalizar la ruta), por tal motivo los postres serán entregados a las personas en un recipiente desechable (El postre será de 70 gramos aproximadamente); se tiene como opciones torta gacho o cuajada con salsas (Mora y arequipe); el cual se tiene un convenio con Rosita Restaurante / Café para su elaboración.



**Figura 31.** Las Benditas bebidas. Instagram museolabenditachicheria (2018).



**Figura 32.** Museo “La bendita Chichería”. Instagram museolabenditachicheria (2018).

A las 4:00pm en una esquina de la Plazoleta del Chorro de Quevedo se ingresa al Museo de la chicha (La bendita chichería) donde se dará inicio a un recorrido que tiene duración de una hora; en el que se contará la historia y preparación “Ayer, Hoy y Siempre”, ritual y degustación de las “4 benditas bebidas” (Chicha- Zhuke- Guarapo-Chirrinchi), la historia jamás contada “Origen, identidad y memoria”, semillas ancestrales sagradas y doradas y se hará entrega de un recordatorio a los participantes de la ruta por parte del museo; esta finalizará a las 5:00 pm.

Sobre las 5:15 pm se continua el trayecto por la calle 12b tomando la Carrera 2<sup>da</sup> hasta la Calle 12 y se bajará hasta antes de la Carrera 4<sup>ta</sup> al Restaurante Bogotá Gourmet Company; se dará al grupo tres bandejas para compartir por cada cinco personas de carne llanera ( Mamona, Chigüiro, plátano, papa acompañado de guacamole con un aproximado de 650 gramos por bandeja) , acompañado de limonada de panela para cada uno, mientras degustan la comida se hará una muestra musical típica de la región llanera en vivo y de esta manera se contextualizará a los comensales sobre el origen de cada uno de los platos, hasta las 6:15 pm. Se tomarán 15 minutos adicionales para hacer entrega de recordatorios y una cocada por parte de las organizadoras de la ruta típica gastronómica colombiana “Regiones & Sabores”.



**Figura 33.** Teatro Colon. Periódico El tiempo (2017).

Se continua el trayecto sobre las 6:40 pm bajando por la Calle 10 pasando por el Museo de Trajes Regionales, Casa Manuelita Sáenz, Teatro Colón dando una explicación breve hasta el Colegio Mayor de San Bartolomé y se toma la Carrera 7<sup>ma</sup> al norte hasta llegar como punto final a la Estación De Transmilenio Museo Del Oro sobre las 7:30 pm dando los agradecimientos por participar en la Ruta “Regiones & Sabores”.

### 8.2.3. Itinerario de la ruta.

En la siguiente tabla se evidencia el itinerario de la ruta típica gastronómica, donde se indica las actividades que se van a realizar durante el día y los tiempos estipulados para llevar a cabo el recorrido.

Tabla 8.

*Itinerario de la ruta típica gastronómica*

Hora	Lugar	Actividad	Platos
7:00 am	Arte y pasión café Calle 10 # 8-87	Punto de encuentro	No aplica
7:30 am	Arte y pasión café	Se realizara una degustación y cata de café	Café de origen Santander, Nariño y Eje Cafetero y entrega de una botella de agua.(600ml)
8:30 am	Plaza de Bolívar (Esquina Capitolio Nacional)	Se da inicio al recorrido	No aplica
9:15 am	Restaurante La Puerta de la Catedral	Tomar el desayuno representando la región de andina	Mini Tamal o Caldo de costilla, chocolate y almojábana.
11:00 am	Calle 11 entre Carrera 6 <sup>ta</sup> y 4 <sup>ta</sup>	Se continua el trayecto por la Calle 11	No aplica
11:10 am	Biblioteca Luis Ángel Arango	Lectura abierta de fragmentos de varios libros de poemas de la gastronomía colombiana.	No aplica
11:45 am	Carrera 4 <sup>ta</sup> hasta la Calle 12c	Continua el recorrido hasta el restaurante	No aplica
12:10 pm	Restaurante Origen Bistró	Entrega del kit de manipulación (Desechable)	No aplica
12:20 pm	Restaurante Origen Bistró	Taller de preparación de entrada "Edad del plátano"	Entrada Edad del plátano
1:00 pm	Restaurante Origen Bistró	Degustación de las otras entradas	Trilogía de Maíz y Ceviche del pacifico
1:30 pm	Restaurante Origen Bistró	Almuerzo típico	Posta Cartagenera, Chuletón de Cerdo con salsa de frutos amazónicos y Ajiaco Santaferense

3:10 pm	Eje ambiental y Plaza de los periodistas	Explicación del Restaurante Casa vieja y San alejo (Antigüedad, oferta)	No aplica
3:30 pm	Callejón del embudo y Plazoleta del Chorro de Quevedo	Se continua el recorrido y Se disfrutara de un delicioso postre típico	Torta gacho, Cuajada con salsas (Mora y Arequipe)
4:00 pm	Museo La bendita Chichería	Recorrido y degustación en el museo de la chicha (la bendita chichería)	Chicha- Zhuke- Guarapo- Chirrinchi
5:15 pm	Bogotá Gourmet Company	Degustaran la comida llanera y una muestra musical de la región.	Mamona, Chigüiro, Papa, Plátano y guacamole.
6:15 pm	Bogotá Gourmet Company	Entrega de recordatorios y cocada por parte de las organizadoras de la ruta “Regiones & Sabores”	Cocada
6:40 pm	Carrera 3 <sup>ra</sup> hasta la Calle 10	Se continua el trayecto, para descender por la toda la Calle 10	No aplica
7:30 pm	Carrera 7 <sup>ma</sup> - Av. Jiménez	Estación De Transmilenio Museo Del Oro , punto final del recorrido	No aplica

Nota: Elaboración propia (2018)

#### Incluye

- Alimentación
- Entrada al museo de la chicha
- Guianza
- Tarjeta de asistencia

#### No incluye

- Transporte
- Alojamiento
- Consumos extras a los establecidos en la ruta
- Souvenirs adicionales

#### Recomendaciones

- Si sufre de deficiencias cardiacas o respiratorias, es preferible que se tome el tiempo necesario para hacer pausas en su recorrido y realizarlo con calma.
- Utilice ropa cómoda y ropa de cambio

- Absténgase de utilizar Jean, ya que estos se pegan al cuerpo y se dificulta caminar.
- Utilice ropa abrigada, ya que puede presentar cambio de climas y zapatos cómodos con suela de agarre, que protejan el tobillo.
- Lleve sombrilla pequeña, cachucha o sombrero, bloqueador solar
- Le recomendamos llevar un morral liviano que le permita caminar sin ocupar sus manos.
- Sea precavido, camine siempre con cuidado, recuerde que la imprudencia causa accidentes.
- Cuide sus objetos personales, no nos hacemos cargo en caso de pérdida de estos.

#### 8.2.4. Mapa de la ruta típica gastronómica colombiana.

La ruta típica gastronómica fue diseñada de tal forma que sea fácil al lector y que se fácil interpretarla, el fin de este diseño es que los visitantes puedan conocer aquellos restaurantes que ofrecen comida típica colombiana, además que puedan evidenciar fácilmente su ubicación y lo más importante es que se interesen por disfrutar de la ruta. Va estar localizada entre la calle



Figura 34. Mapa de la ruta típica gastronómica colombiana. Elaboración propia (2018)

### 8.3. Presupuesto general

Tabla 9.

#### *Costo variable*

Restaurante	Cantidad	Concepto	Valor por persona	Valor Total
Restaurante Puerta de la Catedral	15	Tamal o caldo de costilla con chocolate y almojabana.	\$8.000	\$120.000
Rosita Restaurante, Postre y Café	15	Torta Gacho o cuajada con Arequipe y mora	\$2.500	\$37.500
La Puerta Falsa	15	Cocadas	\$1.200	\$18.000
Museo la Bendita Chicheria	15	Entrada- Recorrido	\$12.000	\$180.000
Origen Bistró	15	Entradas Ceviche del pacifico	\$8.000	\$120.000
	6	Entradas Trilogía de Maíz	\$8.000	\$48.000
	8	Entradas Edad del plátano + Taller de preparacion	\$13.000	\$104.000
	15	Plato Fuerte ( Ajiaco Santafereno, posta cartagenera, arroz del pacifico y chuleto de cerdo con salsa de frutos mazonicos) + bebida (Limonada, jugo de borjojo o jugo de araza)	\$20.000	\$300.000
Bogotá Gourmet Company	3	Picada de Carne llanera, Chigüiro, papa, yuca y platano	\$18.000	\$54.000
Arte y pasion café	15	Café de origen Santander, Nariño y Eje Cafetero	\$6.000	\$90.000
Tiendas Ara	15	Botellas de Agua 500 ml	\$800	\$12.000
Recordatorios	15	Pocillo con el logo de la ruta	\$7.000	\$105.000
Tarjeta de asistencia	15	Seguro en caso de accidente	\$6.000	\$90.000
Guia	15	Pago de guia	\$12.000	\$180.000
Total			\$122.500	\$1.458.500

Nota: Elaboración propia (2018)

Tabla 10.  
*Costos Fijos.*

Concepto	Cantidad	Descripción	Valor por persona	Valor Total
Auxiliar de logística	1	Se le pagara a una persona como apoyo en logística un valor mensual por todos los días que opera la ruta.	\$420.000	\$420.000
Total costos Fijos			\$420.000	\$420.000

Nota: Elaboración propia (2018)

En la anterior tabla se evidencia que la ruta tendrá el servicio de guianza por ende se establece el siguiente perfil adecuado para este. El guía turístico cuenta con experiencia guiando grupos, el cual posee amplios conocimientos sobre la localidad de La Candelaria, además de esto cuenta con el registro nacional de turismo y con la documentación al día; dando una mayor confiabilidad para el participante de la ruta. Además, es una persona que maneja un segundo idioma (Inglés), el cual permite facilidad en la interpretación para cualquier tipo de cliente, posee habilidades para orientar, comunicar, guiar y supervisar grupos; de igual forma está capacitado para prestar los primeros auxilios en caso de una eventualidad. Se encargará de coordinar y controlar el cumplimiento de los horarios estipulados en el itinerario y así mismo garantizará la seguridad del grupo que está a su cargo. El valor que cobrará por el servicio de guianza de la ruta con una duración de 12 horas será de \$12.000 por persona para un total máxima de 15 pax de \$180.000 por día. Además de esto el guía se encargará de forma independiente de sus pagos legales puesto que tendrá con nosotros una relación por medio de un contrato de servicios puesto que el salario “es un valor neto que finalmente no termina siendo la utilidad completa para el trabajador, pues debe pagar la seguridad social por su propia cuenta, sobre el 40% del salario; no tiene prima de servicios, ni cesantías ni vacaciones” (Cuervo, s.f).

Tabla 11.  
*Precio de la ruta típica gastronómica colombiana.*

% Costo=	70,00%
Precio=	Costos variables unit / % costo
Precio total x persona	<u>\$175.000</u>
Margen de aportacion =	precio - costo variable unit
	<u>\$52.500</u>
Punto de equilibrio = costos fijos / margen de aportación	
Pax	<u>8,00</u> Ventas <u>\$ 1.400.000</u>

Nota: Elaboración propia (2018)

Se determina que el precio final de la ruta por persona será de \$ 175.000 debido a que se realizó un presupuesto inicial para 15 personas, se determinó esta cantidad teniendo en cuenta la capacidad de los restaurantes que se visitarán durante la ruta arrojando así el valor individual y grupal, además de esto se realizó el punto de equilibrio teniendo como resultado un mínimo de 8 personas para la realización de la misma y el máximo propuesto es de 15 personas puesto que las condiciones de los establecimientos son aceptables para recibir ese número de personas. El margen de aportación por cada venta unitaria de la ruta será de \$52.500.

Tabla 12.

*Operación mensual de la ruta típica gastronómica colombiana.*

Costos administrativos		Valor	
Nomina	3 x \$ 1.000.000	\$	4.590.000
Telecomunicacion		\$	80.000
Papeleria		\$	100.000
Total costo admon		\$	4.770.000
Punto de equilibrio por cantidad de personas al mes			<u>90,86</u>
Punto de equilibrio por ventas al mes			<u>\$15.900.000</u>

Nota: Elaboración propia (2018)

Para determinar los costos administrativos para el desarrollo de la ruta se tiene en cuenta la nómina más la carga prestacional. La ruta contará con 3 personas las cuáles serán las organizadoras; cada una con un cargo en específico - María Fernanda Jiménez se encargará del área contable y financiera, Natalia Santana se encargará del área de mercadeo y publicidad y Angie Tatiana Carrera se encargará del área administrativa; cada una dispondrá de un salario de \$1'000.000 mensuales; a este valor se le suma la carga prestacional junto con los costos de telecomunicación en el cual se contará con un solo teléfono móvil corporativo con plan de datos, llamadas y para la papelería se tendrá en cuenta las facturaciones. Se determina que el punto de equilibrio mensual será de 90 personas.

#### **8.4. Medios de divulgación de la ruta**

Para el reconocimiento de la ruta típica gastronómica y lograr captar la atención de los turistas y residentes se promocionará a través de las redes sociales ya que están en auge y pueden causar grandes difusiones, allí se brindará toda la información requerida para aquel que le llame la atención la ruta.

Además de esto se elaborarán folletos para ayudar a difundir la información acerca de la ruta típica gastronómica, serán repartidos en toda la localidad de La Candelaria debido a que allí posiblemente se encuentren los clientes potenciales para la ruta.

En la siguiente tabla se puede evidenciar el presupuesto inicial para el área de mercadeo y publicidad de la ruta típica gastronómica colombiana.

Tabla 13.

*Presupuesto inicial de mercadeo.*

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Logotipo	1	\$50.000	\$50.000
Folletos	100	\$ 2000	\$200.000
Facebook	1	-	-
Instagram	1	-	-
Página Web	1	-	-
<b>Total</b>			<b>\$250.000</b>

Nota: Elaboración Propia (2018)

#### 8.4.1.Redes sociales.

- Instagram

<https://www.instagram.com/regionesySabores/>



Figura 35. Instagram de la ruta típica gastronómica colombiana.Elaboración propia (2018).

- Facebook

<http://www.facebook.com/RegionesYSabores/>



**Figura 36.** Facebook de la ruta típica gastronómica colombiana. Elaboración propia (2018).

#### 8.4.1. Página web

Esta se podrá ver directamente en el link o por código QR



**Figura 37.** Código QR de la página Web. Elaboración propia (2018).



Figura 38. Página Web de la ruta. Elaboración propia (2018).



Figura 39. Página Web de la ruta. Elaboración propia (2018).

### 8.4.1.Folleto

- Cara frontal

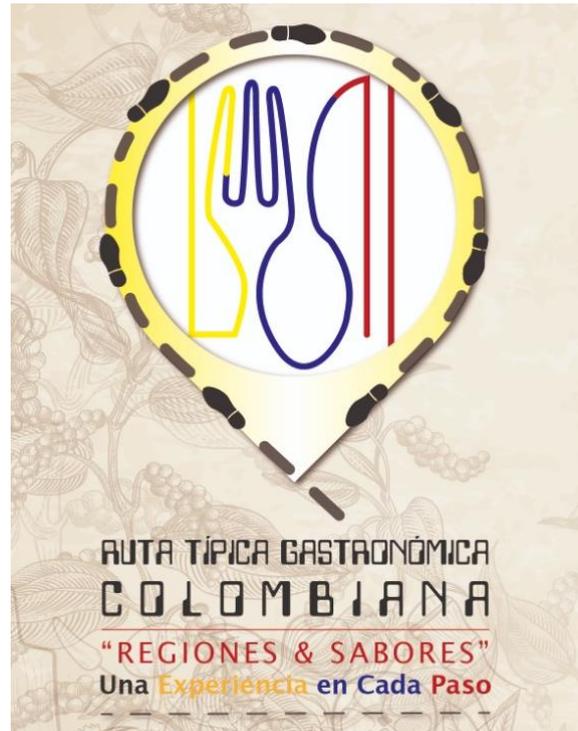


Figura 40. Folleto (Cara frontal).Elaboración propia (2018).

- Cara Posterior



Figura 41. Revés del folleto de la ruta. Elaboración propia (2018).

- Cara interna

**ATA TÍPICA GASTRONÓMICA COLOMBIANA**  
**"REGIONES & SABORES" Una Experiencia en Cada Paso**

**1 ARTE & PASIÓN CAFÉ**  
Calle 10 No. 8 -87

**2 RESTAURANTE LA PUERTA FALSA**  
Calle 11 No. 6 -50

**3 RESTAURANTE LA PUERTA DE LA CATEDRAL**  
Calle 11 No. 6 -26

**4 RESTAURANTE ORIGEN BISTRÓ**  
Carrera 4 No. 12d - 98

**5 PLAZOLETA DEL CHORRO DE QUEVEDO**  
Calle 12b No. 22

**6 MUSEO LA BENDITA CHICHERÍA**  
Carrera 1 calle 12b (bis)

**7 RESTAURANTE BOGOTÁ GOURMET**  
Calle 12 No. 3 - 92

Legend:  
 - Ruta (Route)  
 - Estación de Transmilenio (Transmilenio Station)  
 - Paradas (Stops)

Figura 42. Contenido del folleto de la ruta.Elaboración propia (2018).

## **Conclusiones**

Gracias a la promoción que se implementó para la ruta típica gastronómica se evidenció que tuvo una gran acogida, además de esto fue innovador para muchas personas el poder acceder a la página oficial de la ruta por medio de un código QR.

Gracias a los diferentes atractivos que se pueden encontrar en la localidad de La Candelaria, permite fortalecer la implementación de la misma.

En la localidad de La Candelaria se puede observar que las vías se encuentran en buenas condiciones, permitiendo que la ruta típica gastronómica se pueda implementar satisfactoriamente dando resultados positivos.

El presente trabajo de grado contribuirá con la preservación y apropiación de las tradiciones gastronómicas que se han venido perdiendo con el pasar de los años, generando un mayor conocimiento de las mismas.

Gracias al apoyo que se dio por parte de los restaurantes y de la población de la localidad de La Candelaria facilitó el diseño de la ruta típica gastronómica.

## **Recomendaciones**

Debido a que la ruta típica gastronómica está diseñada para hacer el recorrido en un día, es recomendable que se aumente el recorrido a 2 días debido a que permitirá visitar más restaurantes y por ende se pueda disfrutar de otros platos típicos que también son característicos de las 6 regiones de Colombia.

En este sentido es importante que se pueda operar la ruta con mayor número de personas de tal manera que se puedan incrementar las utilidades y así mismo incentivar por medio de publicidad a muchas más personas a participar de la ruta típica gastronómica.

A futuro también es recomendable que los días en los cuales opera la ruta se incrementen con el fin de generar una mayor demanda garantizando un servicio de calidad.

Se sugiere realizar una base de datos en donde quede registrado las personas que participaron en la ruta típica gastronómica y así mismo comunicarles de las fechas en las cuales se realizaran otros recorridos, con el fin de que participen de nuevo.

Teniendo en cuenta que la ruta tendrá una gran acogida seria satisfactoria que a mediano plazo se logre crear alianzas con otras empresas en donde se pueda ofrecer diferentes servicios logrando captar más la atención de los interesados por la misma.

## Referencias

- Agropc. (s.f.). *La agricultura en Colombia*. Obtenido de [http://agropc.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7&Itemid=5](http://agropc.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=5)
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). *La candelaria: Observatorio de culturas*.
- ANATO. (2006). *Ley 300 de 1996*. Obtenido de <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>
- Arriola. (s.f.). *Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local*. Obtenido de [http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_20\\_1\\_las-rutas-gastronomicas-como-estrategia-de-desarrollo-turistico-local.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_20_1_las-rutas-gastronomicas-como-estrategia-de-desarrollo-turistico-local.pdf)
- Barnier. (2003). *Gastronomía y turismo: Destinos con sal y pimienta*. CIET Centro de investigaciones y estudios turísticos. Obtenido de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/5194/pdf>
- Briedenhann; Wickens. (2003). *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. Book of proceedings – international conference on tourism & management studies – Algarve*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018471>
- Castillo. (2014). *Cocina Colombiana para amantes del buen gusto: una aproximación a la producción de la diferencia desde la Nueva Cocina Colombiana*. Obtenido de Pontificia universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10523/CastilloRiosJennyLizeth2014.pdf?sequence=1>
- Chan, Nelida. (2005). *Circuito turístico, programación y cotización*. Obtenido de [https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos-\\_programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos-_programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf)
- Cuervo, K. (s.f). *Finanzas personales*. Obtenido de <http://www.finanzaspersonales.co/ahorro-e-inversion/articulo/pagos-de-un-contrato-de-prestacion-de-servicios/60549>
- Delgado. (2012). *Selección de ensayos sobre alimentación y cocinas de Colombia*.
- Estrada; Ríos, De los; Patiño; Pineda. (2008). *Así sabe Colombia*. Bogotá: El Tiempo.
- Fields. (2002). *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>
- FONTUR, & MinCIT. (2012). *investigación internacional de mercados para la región de américa*. Obtenido de [https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/INVESTIGACION\\_INTERNACIONAL\\_DE\\_MERCADOS\\_PARA\\_LA\\_REGION\\_DE\\_AMERICA.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/INVESTIGACION_INTERNACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PDF)

- González. (2012). El centro histórico de Bogotá: “de puertas para adentro”. *Revista Javeriana*, 7.
- Hall, & Michel. (2011). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v20n3/v20n3a12.pdf>
- Invima. (1997). *Decreto 3075 de 1997*. Obtenido de [https://www.invima.gov.co/images/stories/aliimentos/decreto\\_3075\\_1997.pdf](https://www.invima.gov.co/images/stories/aliimentos/decreto_3075_1997.pdf)
- Iriarte. (1999). Ojos sobre Bogotá. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano*.
- Jeambey. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local:. *Pasosonline*, 5. Obtenido de [http://pasosonline.org/Publicados/14516/PS516\\_09.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_09.pdf)
- López. (2011). *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. Book of proceedings – international conference on tourism & management studies – Algarve*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018471>
- Manrique. (2013). *Gentrificación de la candelaria: Reconfiguraciones de lugar de residencia y consumo de grupos de altos ingresos*. Obtenido de [http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos\\_paginas\\_2014/17\\_perfil\\_la\\_candelaria\\_segunda\\_version\\_dic16.pdf](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas_2014/17_perfil_la_candelaria_segunda_version_dic16.pdf)
- Martinez, L. (2016). *Cocina, tradicion i cultura*. Bogota: Bubok Publishing S.L.
- Millan, G. (2010). *Las rutas gastronómicas como oportunidad de generar rentas adicionales en el sector agrario: Análisis de la ruta del Jamón Ibérico en la provincia de Córdoba*. . Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53091/millan-morales.pdf?sequence=1>
- Mincit. (2006). *Resolución 2534 de 2006*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=929&name=Resolucion-2534-2006.pdf>
- Mincit. (2012). *Ley 1558 de 2012*. Obtenido de [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley\\_1558\\_2012.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley_1558_2012.pdf&prefijo=file)
- Mincit. (2016). *Norma técnica sectorial prestación del servicio de guianza turística*. Obtenido de [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78207&name=NTSGT012.\\_Norma\\_de\\_competencia\\_laboral.\\_Prestacion\\_del\\_servicio\\_de\\_guianza\\_turistica.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78207&name=NTSGT012._Norma_de_competencia_laboral._Prestacion_del_servicio_de_guianza_turistica.pdf&prefijo=file)
- Mincit. (2018). *Norma técnica sectorial prestación del servicio de guianza turística en una segunda lengua*. Obtenido de

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84649&name=NTS-GT\\_014.\\_Norma\\_de\\_competencia\\_laboral.\\_Prestacion\\_del\\_servicio\\_de\\_guianza\\_turistica\\_en\\_una\\_segunda\\_lengua,\\_2018..pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=84649&name=NTS-GT_014._Norma_de_competencia_laboral._Prestacion_del_servicio_de_guianza_turistica_en_una_segunda_lengua,_2018..pdf&prefijo=file)

Molina, J. (23 de Septiembre de 2018). Comunicación personal.

Montaner. (2001). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.

Montaña, J. (2016). *Guia gastronomica de Bogota* . Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/guiagastronomicadebogota2016.pdf>

Montecinos, A. (2013). *Definicion de turismo*. Obtenido de <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>

Morales, A. (enero de 2006). Bogota: La ciudad narrada. *Alcaldia Mayor de Bogotá*.

Oliveira, S. (2011). *La gastronomica como atractivo turistico primario de un destino* . Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>

Ramirez, S. (2013). *El Afrocolombiano, patrimonio cultural de Colombia*. Obtenido de <http://culturaafrocolombianos.blogspot.com/2013/01/pasado-afrocolombiano.html>

Ramos. (2004). *Las preferencias de los consumidores en el sector turístico*. Instituto de estudios turísticos. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-159-2004-pag29-40-91956.pdf>

Restrepo. (2012). *La alimentación en la vida cotidiana del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario*. Bogotá: Ministerio de cultura .

Roden. (2003). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO*. <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>.

Rojas, L. (2012). *Comentarios a la cocina precolombina*. Bogota, Colombia: Ministerio de cultura.

Saldarriaga, A. (2007). Bogota Colombia: Guia turistica. Bogota, Colombia: D`Vinni S.A.

Sanchez, A. (23 de Septiembre de 2018). Comunicacion personal.

Santamaria, A. (2010). *cultura Gastronomica*. Obtenido de uaemex: [http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/articulo\\_08.pdf](http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_08.pdf)

Saramago. (2002). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>

- Schlüter. (2006). *Gastronomía y turismo: Destinos con sal y pimienta*. CIET Centro de investigaciones y estudios turísticos. Obtenido de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/5194/pdf>
- SECTUR. (s.f). *Rutas gastronómicas de México*. Obtenido de [rutasgastronomicas.sectur.gob.mx/descargas/guia\\_rapida.pdf](http://rutasgastronomicas.sectur.gob.mx/descargas/guia_rapida.pdf)
- SINIC. (s.f). *Sistema nacional de información cultural*. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/sinic/>
- UNDP. (s.f). *Colombia en Breve* . Obtenido de <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/countryinfo/>
- Williams, & Dossa. (2003). *Gastronomía y turismo: Destinos con sal y pimienta*. CIET Centro de investigaciones y estudios turísticos. Obtenido de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/5194/pdf>
- Yuste. (s.f). *Colombia ¿El Dorado?* Obtenido de <https://www1.udel.edu/leipzig/254/colombiahist.htm>

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta

La siguiente encuesta esta diseñada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana del programa de Hotelería y Turismo, por medio de esta se pretende indagar sobre los intereses y preferencias del turista, con el fin de segmentar la demanda y definir el cliente potencial para la propuesta de una ruta típica gastronómica colombiana en el sector de La Candelaria. Esta encuesta será aplicada a turistas y visitantes del V Congreso “Sabor Candelaria” desarrollada en el mes de septiembre. Los datos aquí suministrados serán únicamente de uso académico.

#### Encuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en La Candelaria

Nombre: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_

Lugar de origen: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?
  - a. 16 a 20 años
  - b. 21 a 29 años
  - c. 30 a 39 años
  - d. Más de 40 años
2. Cuando usted frecuenta un restaurante ¿Qué tipo de comida prefiere?
  - a. Nacional
  - b. Internacional
3. ¿Cuándo usted decide consumir un plato típico a que zona de la ciudad se dirige?
  - a. La Macarena
  - b. Usaquén
  - c. La Candelaria
  - d. Zona G
4. ¿Qué plato típico prefiere comer?
  - a. Ajiaco Santafereño
  - b. Bandeja paisa
  - c. Pescado
  - d. Mamona
  - e. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
5. ¿Cuál postre típico colombiano es de su preferencia? \_\_\_\_\_
6. ¿Qué es lo que más le gusta de la gastronomía colombiana?

- a. Variedad de ingredientes.
  - b. Técnicas de preparación
  - c. Sabor
  - d. Presentación
7. ¿Cree usted que la identidad y apropiación gastronómica nacional se ha perdido?
- a. Si
  - b. No
8. ¿Cuántos restaurantes de comida típica colombiana ha visitado en la localidad de La Candelaria?
- a. 1 a 3
  - b. 4 a 6
  - c. 6 a 8
  - d. Más de 8
9. ¿Estaría usted interesado en participar en una ruta típica gastronómica en la localidad de La Candelaria?
- a. Si
  - b. No
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de la ruta típica gastronómica colombiana?
- a. Menos de \$60.000
  - b. \$ 61.000 - \$ 89.000
  - c. \$ 90.000 - \$ 119.000
  - d. Más de \$ 120.000

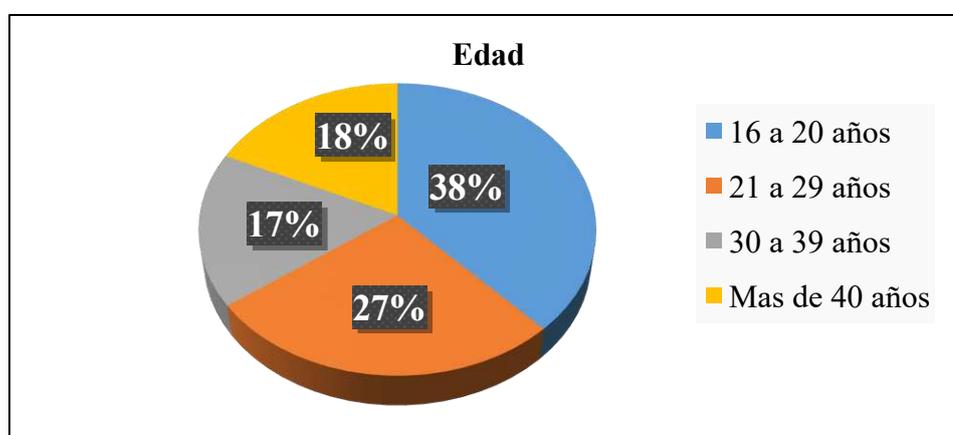
### Anexo 1.1 Resultados de las encuestas

A continuación, se presenta los resultados correspondientes a cada una de las preguntas, presentadas en la encuesta, sirviendo como base de los capítulos 2 y 3, de acuerdo a la segmentación del cliente y el diseño de la ruta.

*Pregunta 1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
16 a 20 años	38	38 %
21 a 29 años	27	27 %
30 a 39 años	17	17 %
Más de 40 años	18	18 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)



Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 2. Cuando usted frecuenta un restaurante ¿Qué tipo de comida prefiere?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	90	90 %
Internacional	10	10 %
Total	100	100

Nota: Elaboración propia (2018)

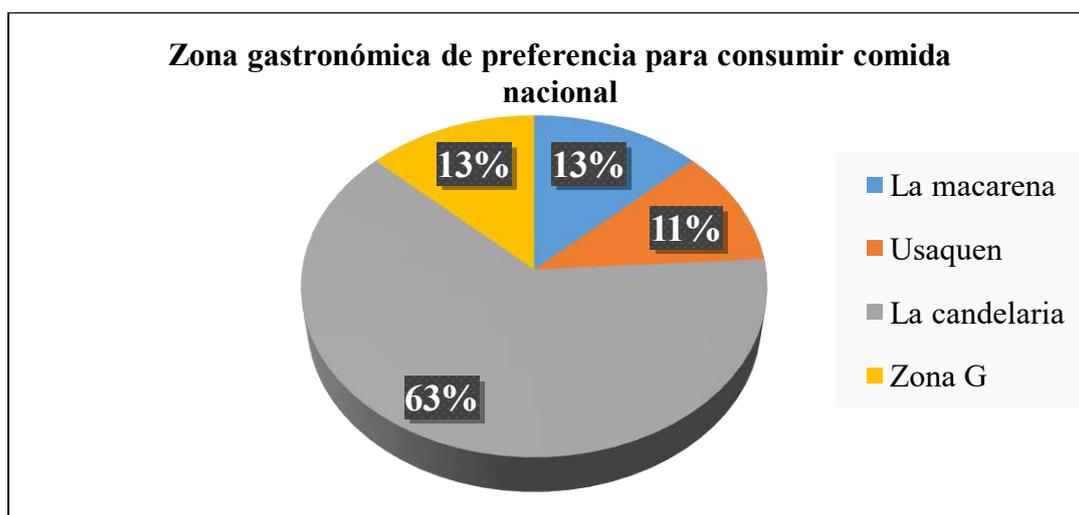


Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 3. ¿Cuándo usted decide consumir un plato típico a que zona de la ciudad se dirige?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
La macarena	13	13 %
Usaquén	11	11 %
La Candelaria	63	63 %
Zona g	13	13 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)



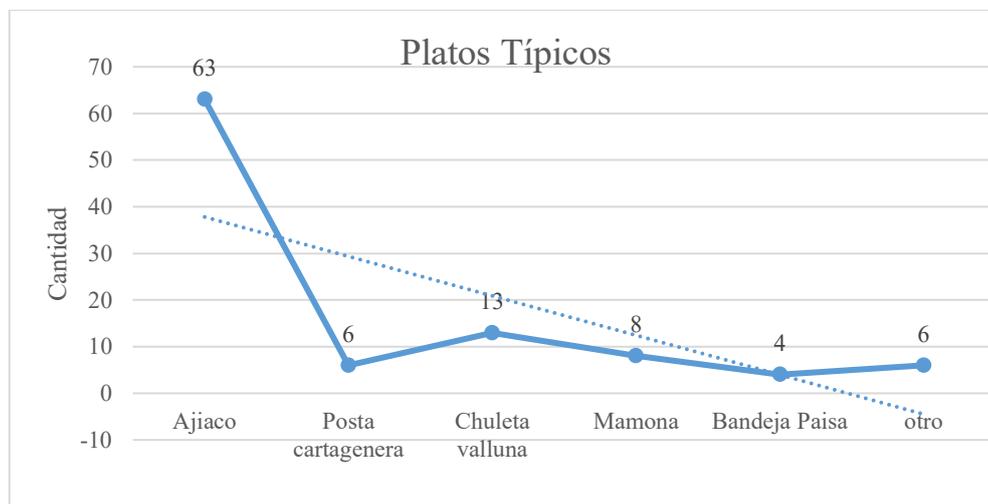
Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 4. ¿Qué plato típico prefiere comer?*

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Ajiaco	63	63%
Posta cartagenera	6	6%

Chuleta valluna	13	13%
Mamona	8	8%
Bandeja paisa	4	4%
Otro	6	6%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia (2018)

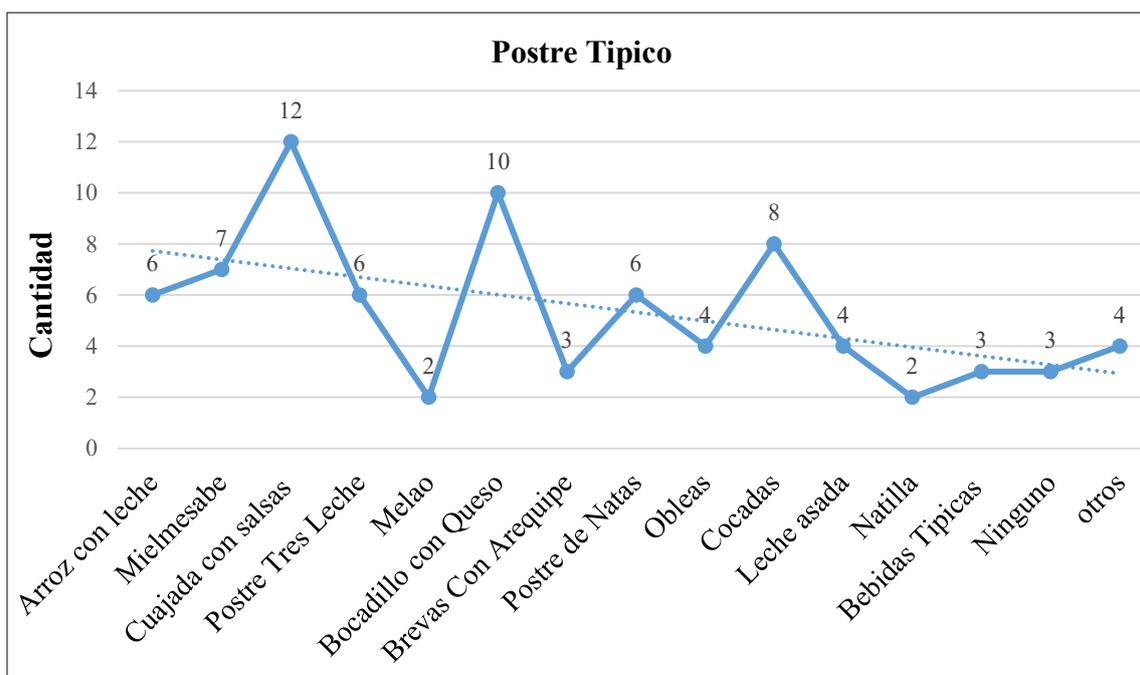


Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 5. ¿Cuál postre típico es de su preferencia?*

Respuesta	Frecuencia
Arroz con leche	6
Mielmesabe	7
Cujada con salsas	12
Postre tres leche	6
Melao	2
Bocadillo con queso	10
Brevas con arequipe	3
Postre de natas	6
Obleas	4
Cocadas	8
Leche asada	4
Natilla	2
Bebidas típicas	3
Ninguno	3
Otros	4

Nota: Elaboración propia (2018)

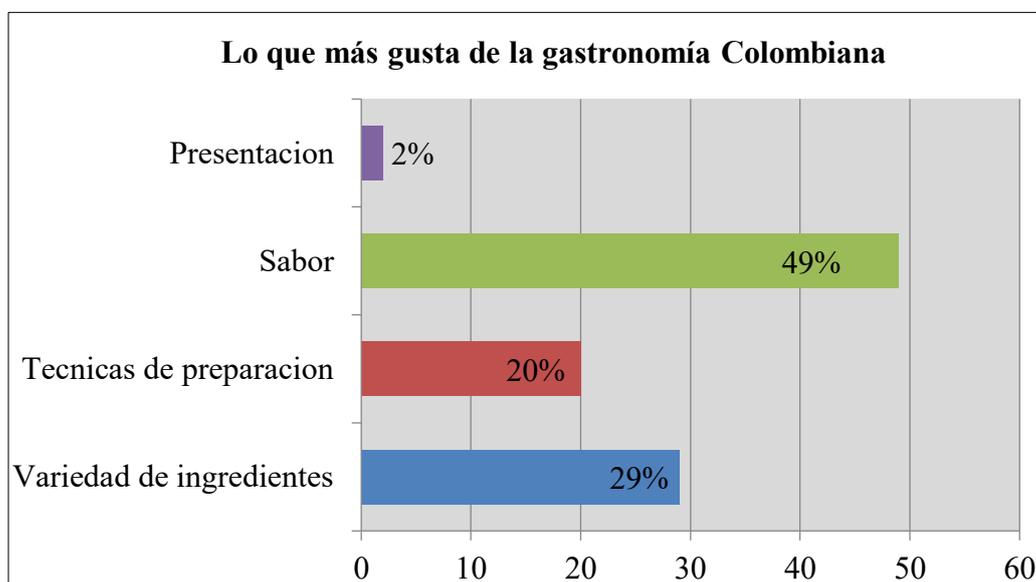


Nota: Elaboración propia (2018)

Pregunta 6. ¿Qué es lo que más le gusta de la gastronomía colombiana?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Variedad de ingredientes	29	29 %
Técnicas de preparación	20	20 %
Sabor	49	49 %
Presentación	2	2 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)



Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 7. ¿Cree usted que la identidad y apropiación gastronómica nacional se ha perdido?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	69 %
No	31	31 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)

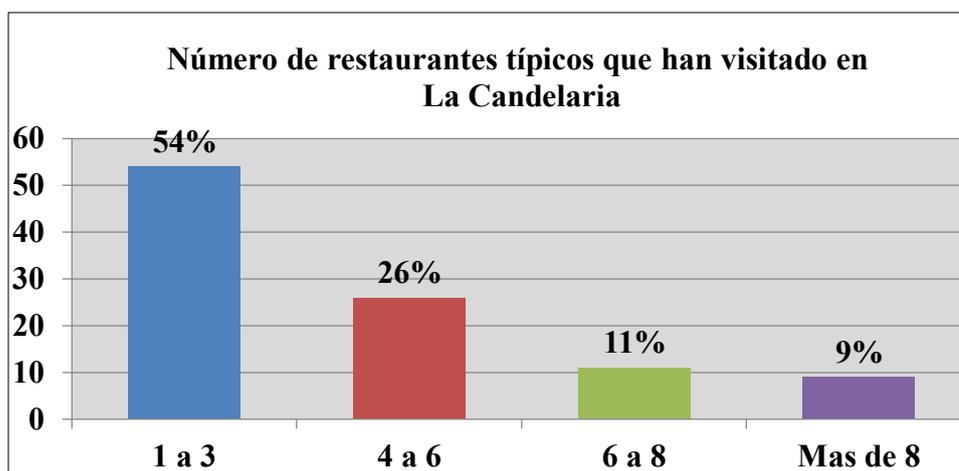


Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 8. ¿Cuántos restaurantes de comida típica colombiana ha visitado en la localidad de La Candelaria?*

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 a 3	54	54 %
4 a 6	26	26 %
6 a 8	11	11 %
Más de 8	9	9 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)

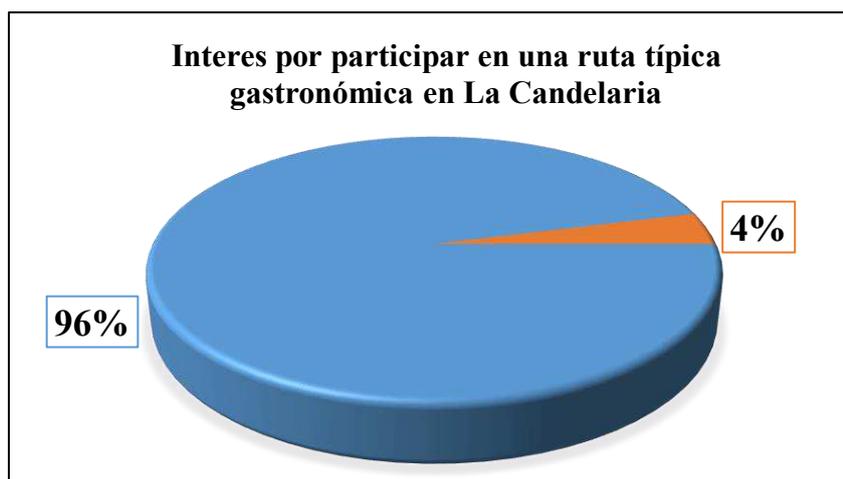


Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 9. ¿Estaría usted interesado en participar en una ruta típica gastronómica en la localidad de La Candelaria?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	96 %
No	4	4 %
Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia (2018)

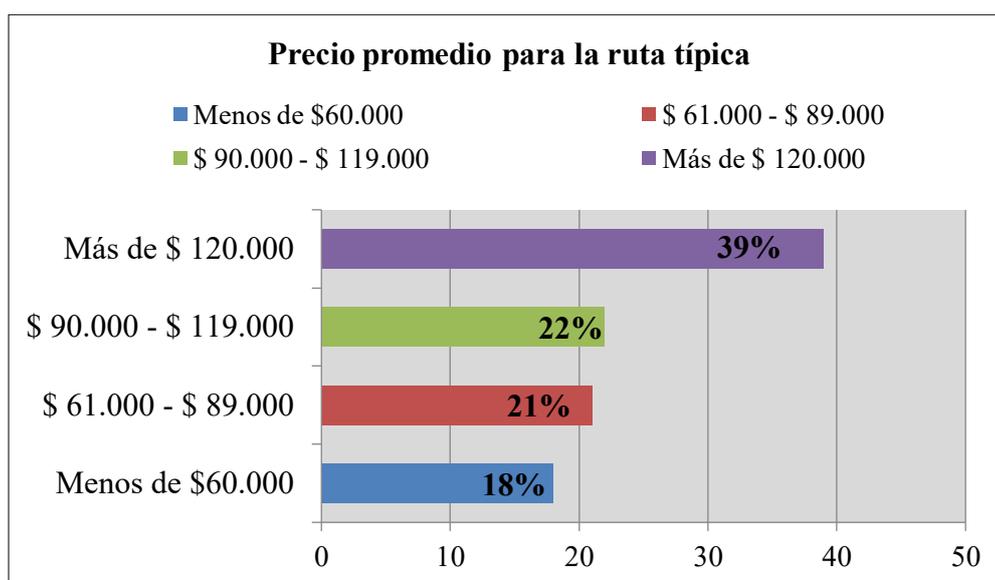


Nota: Elaboración propia (2018)

*Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de la ruta típica gastronómica colombiana?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$60.000	18	18%
\$ 61.000 - \$ 89.000	21	21%
\$ 90.000 - \$ 119.000	22	22%
Más de \$ 120.000	39	39%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Nota: Elaboración propia (2018)



Nota: Elaboración propia (2018)

## Anexo 2. Entrevistas

Lista de personas entrevistadas

Entrevista	Nombres	Ocupación
Entrevista 1	Adolfo Sánchez	Chef colombiano – instructor del Centro Nacional de Hotelería, turismo y alimentos ( SENA)
Entrevista 2	Jack Molina	Chef colombiano – Coordinador del programa de administración hotelera y turística. Corporación Unificada Nacional CUN
Entrevista 3	Alejandro Rubio	Chef Mexicano – Sommelier
Entrevista 4	José Luis Ocampo	Coordinador del congreso gastronómico “Sabor Candelaria) y director de Federación de gastronomía y turismo ( FEGAT)

Nota: Elaboración propia (2018)

## Entrevistas realizadas a Chefs Colombianos

Chef Adolfo Sánchez – Chef – Instructor Centro Nacional de Hotelería Turismo y Alimentos SENA	Chef Jack Molina - Coordinador del p y turística Corporación Unificada Nacio
Pregunta 1. ¿Qué opina de la cocina típica y tradicional y que aspectos puede destacar de esta?	
<p>La cocina típica es lo que somos en nuestro ser, con lo que nos han criado, nuestro diario vivir. Que ahora nosotros estamos resaltando y recalando muchos ingredientes que según la tradición se estaban perdiendo por falta de trabajarlos estamos recuperándolos y eso es lo más importante que tenemos que hacer.</p>	<p>Mi opinión la compartirían muchas p termina siendo la buena ejecución, innovación de la comida, siempre y cu presente lo que es la historia, de cada preparación; el porqué, el concepto y de</p>
Pregunta 2. ¿Cuál es la importancia de la gastronomía típica colombiana?	
<p>La importancia es conocer los valores que nosotros tenemos en nuestra diversidad de ingredientes para preparar platos que se han ido perdiendo, porque lo más importante no es lo que tenemos es lo que hemos dejado de perder.</p>	<p>La importancia como todo es igual identidad de cada uno, eso genera cre importancia radica en la apropiación de platos típicos y darlos a conocer.</p>
Pregunta 3. ¿Qué plato típico considera que representa al país y por qué?	
<p>En este momento el ajiaco con pollo es el plato más representativo del país, se prepara en todos los departamentos, aunque con diferentes ingredientes. Internacionalmente el más destacado es el ajiaco santafereño, caracterizado por sus ingredientes tradicionales, como las tres clases de papa, las guascas y la mazorca.</p>	<p>Para mí serian todos; hay muchos tradición hechos desde muchas eras at platos típicos. Para mí son la bandeja p el tamal, platos elaborados en el pacifi siento orgulloso de la variedad de ingred porque no todos los países lo tienen.</p>
Pregunta 4. ¿Qué es lo más importante en un plato típico colombiano?	
<p>Lo más importante es que el plato tenga los ingredientes de la región y del país al cual se está refiriendo, por eso es que nosotros no podemos interpretar platos típicos de otros países si no tenemos los ingredientes traídos de ese lugar. Se está rescatando que las en las escuelas de cocina se rescaten los valores y tradición de cada región.</p>	<p>Un plato típico es conocido porque c lo cual es un plato que como lo dije ant por ejemplo, los ingredientes y la fo restaurante al que se dirija, por ejemplo dar todos los ingredientes para que este Lo más importante es la identidad mism</p>
Pregunta 5. Desde su punto de vista ¿Cuál es la posición de la gastronomía colombiana en el mundo?	
<p>Desafortunadamente la gastronomía colombiana no esta tan posicionada como otras cocinas, pero debido a que Colombia ha tomado conciencia de que no solo la gastronomía es comer, sino</p>	<p>Hoy en día durante hace tres años ha hay chefs, docentes, que han investigad lo que tenemos, delos productos típicos</p>

también es cultura, y es la representación de los países alrededor del mundo. Los sabedores de la cocina y del arte de la gastronomía, son los que han llevado a conocer al resto de personas ciertos ingredientes, preparaciones.

que poseemos que no poseen muchos países. Colombia está posicionado como un destino gastronómico. Hay mucho para ello, por medio de eventos, ferias, en las escuelas, el trabajo será más llevadero.

Pregunta 6. ¿Cuáles son las ventajas que tiene Colombia frente a las

nuevas tendencias de gastronomía Latinoamericana?

Tenemos muchísimas ventajas, empezando por que estamos en un país que tiene tres cordilleras con todos los pisos térmicos, tenemos todas las frutas del mundo y una multipluralidad de tradiciones y de etnias que si no las aprovechamos estamos perdiendo su reconocimiento. Se está trabajando para posicionarla como la cocina peruana, la cual a nivel suramericana es la mejor posicionada, pero nosotros no tenemos nada que enviarles a ellos.

Somos Colombia colorida, Colombia es un país que tiene frutas exóticas, productos naturales, aptos para el turismo, que eso nos hace muy participes en nuestro posicionamiento de lo local. Adicional a eso Colombia las tiene, por ejemplo, otro país puede copiarlo, pero igual, pero el sabor nunca será el mismo. Cada tierra tiene su identidad y como está.

Pregunta 7. ¿Cómo se pueden incentivar a las personas residentes del país; para que estos se apropien de la gastronomía?

¿Cómo se pueden incentivar a las personas residentes del país; para que estos se apropien de la gastronomía?

Creándoles educación y cultura en la gente joven, las personas adultas y tercera edad son los que están dejando enseñanzas a las nuevas generaciones que tiene que ir tomando conciencia.

Se debe hacer por medio de una inversión. Cada persona debe sentir cada persona, para apropiarse de la gastronomía porque esto es una misión más que un deber.

Pregunta 8. ¿Qué estrategias se pueden aplicar para fortalecer la gastronomía colombiana, y este sea considerado un producto gastronómico?

¿Qué estrategias se pueden aplicar para fortalecer la gastronomía colombiana, y este sea considerado un producto gastronómico?

Que todos hablemos el mismo idioma, una cosa que yo detecte en México es que desde el tendero que habla sobre el mole, este se prepara en cualquier parte igual, mientras que acá por ejemplo puede preguntar cómo se prepara, por ejemplo, una salsa criolla; en cada región la preparan de diferentes maneras, en Medellín de una, en pasto de otra. Cuando uno unifica esos criterios sin dejar de ser la tradición de cada sitio, se puede hablar de una identidad propia para todo el país.

Aparte de la investigación realmente en Colombia a veces las personas no conocen de afuera, en nuestras cocinas. Ya tenemos a Colombia como una zona gastronómica. Candelaria como una zona gastronómica. Una nos hacen participes de entrada a la gastronomía. Dadas las zonas en un tiempo Colombia será transformado en un destino gastronómico. Variedad, solo es que hay que darle un buen servicio.

Pregunta 9. En su opinión ¿Cómo considera que un turista ve la gastronomía colombiana al visitar el país?

En su opinión ¿Cómo considera que un turista ve la gastronomía colombiana al visitar el país?

Un extranjero va en búsqueda del saber y conocer más del país. En Europa la costumbre es que cuando llegan a Colombia, ellos ya conocen al país, antes de llegar, porque lo han estudiado, ellos vienen específicamente a buscar la comida típica de cada lugar, sus tradiciones, sus bailes. Eso debe ir de la mano a un buen servicio

Todo no entra únicamente por los ojos. Yo creo que hace sentir confianza a los demás. Un buen recibimiento y mostrando las tradiciones que tenemos”.

para que los turistas tengan la mejor impresión y acogida, como lo dicen los restaurantes, “hacerlos sentir en casa”.

Hoy en día Colombia en un país que s  
buenas maneras de que estamos viviendo  
que se come para vivir.

Pregunta 10. ¿Qué piensa sobre implementar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La C

Sabor Candelaria es un evento que busca jóvenes que deseen ser partícipes en la transformación de la cocina. Así que la implementación y diseño de una ruta con la característica de ser típica me parece estupenda, porque atraerá más turistas e incentivará la tradición, la identidad y el sentido de pertenencia.

Es la brecha y una forma positiva de se está manejando eventos para la mue  
localidad, pero no existe una ruta exacta

Pregunta 11. En su opinión ¿Qué tipo de turista estaría interesado en una ruta típica gastronómica?

Todo tipo de turista está interesado en la ruta, inclusive el mismo turista nacional, con postres, dulces, postres. Dar un buen servicio y hacer las preparaciones tal cual se deben hacer, sin poner, ni quitar nada es lo mejor, para el reconocimiento de la cocina típica.

Todos los turistas sin importar su país en la gastronomía donde llegan a este p  
platos, bebidas, cultivos, paisajes. Todo  
para adelante”, porque defendemos lo qu  
persona que llega, ser parte de nosotros  
alguien que forma parte de la familia.

Nota: Elaboración propia (2018)

*Chef extranjero como referente de turismo gastronómico*

Alejandro Rubio Chef y Sommelier mexicano invitado para colaborar en el V congreso gastronómico sabor candelaria en específico dando unas charlas y clases magistrales.

1. ¿Cuál es la importancia de la gastronómica típica en un destino?

La gastronomía típica en un destino es como un eje central que deriva en otras actividades turísticas el extranjero cuando va a un destino busca sobre todo tener una idea clara de la cultura del país que está visitando. Independientemente de las edades y del rango de gasto que tenga programado un turista, todos los turistas comen, entonces la primer oportunidad que tiene un destino para entablar este puente cultural es a través de la gastronomía típica, a todos nos encanta llegar a un lugar desconocido y en nuestro país de origen no es fácil probar algo que te represente un sabor nuevo en el paladar entonces viajar es una oportunidad maravillosa para explotar esto y además permite brindarle al extranjero un poco de la historia y la cultura social del país, eso a un puente cultural y una oportunidad para que el turista tenga una impresión correcta y satisfactoria del lugar de destino

2. ¿Cómo se encuentra la gastronomía colombiana en Latinoamérica?

Depende del lugar por ejemplo yo vengo de México y en mi país en la ciudad de México si hay presencia gastronómica colombiana, si hay algunos conceptos que ofrecen lo que se cocina típicamente acá, pero desgraciadamente es algo exclusivo de la ciudad de México en otras ciudades o provincias es muy difícil, sin embargo, hay esfuerzos para promover esta gastronomía. Vengo de Chihuahua que es el estado más al norte de México, frontera con Estados Unidos y justo hace un mes en agosto tuvimos un festival gastronómico sabor culinaria, en este festival Colombia fue el país invitado y Bogotá tuvo presencia con varios chefs que estuvieron colaborando y cocinando, precisamente para difundir un poco la cultura gastronómica típica colombiana en México.

3. ¿Considera usted que los colombianos sienten apropiación por la gastronomía típica del país? ¿Por qué?

Yo te puedo hablar de una experiencia muy corta, es la primera vez q estoy en Colombia llevo muy poco tiempo en Colombia, pero tuve la oportunidad de estar en la plaza de mercado de Paloquemao, tuve la oportunidad de hacer un recorrido gastronómico en el centro de Bogotá

aquí en La Candelaria y si te puedo decir que se siente una apropiación del patrimonio gastronómico porque están organizados, porque todos dan una información consistente. En mi opinión te puedo decir que las arepas es algo que encuentras en todos lados y que es un icono de lo que acá se puede encontrar, pero si siento que tienen ese sentido de pertenencia en su cultura gastronómica.

4. ¿Qué estrategias piensa usted que permite potencializar el turismo gastronómico en Colombia?

Definitivamente homologar la oferta es muy importante que todos los prestadores de servicios turísticos gastronómicos hablen el mismo idioma que estén comunicados estén coordinados de donde yo vengo es un esfuerzo que se está haciendo actualmente porque está sucediendo que empresas y restauranteros hacen esfuerzos aislados y duplican el trabajo. Una de las cosas que yo veo acá es que el clúster de turismo Candelaria está muy organizado y como que toda van en el mismo sentido entonces en la medida que estén agrupados que tengan una planeación estratégica y que todos tengan las estrategias bien claras es importante para que esto camine de manera organizada

5. ¿Qué ventajas tiene Colombia para volverse un destino de turismo gastronómico?

Todas, la verdad es que es una ciudad bellísima que tiene bastantes condiciones internacionales por vía aérea es un país muy rico que tiene una diversidad cultural enorme y entonces cuando todos los ingredientes se combinan de manera favorable es una oportunidad a oro para que la gastronomía sea un referente. La belleza de Candelaria, por ejemplo, el cuidado de las fachadas, la limpieza de los lugares, la diversidad de la oferta que hay las fusiones que están sucediendo con cocinas de otros países son atractivas para todo tipo de turismo no importa si son jóvenes estilo de tipo europeo si son de hostales o vienen a un hotelaría más formal hay de todo para todos, entonces la organización de ustedes es algo representativo.

6. ¿Qué proyectos se han realizado en su país para incentivar el turismo gastronómico?

En mi país hay algunos proyectos que se son muy antiguos que son ya programas nacionales que tienen mucho tiempo existiendo sin embargo recientemente hay un desarrollo de turismo gastronómico por regiones y tenemos zonas en el país que están brillando por algo en particular, un ejemplo muy claro es el tequila en la zona del bajío en el estado de Jalisco, pues hay la denominación de origen del producto tequila, impulsaron de manera brutal el turismo para esa zona del país. Sin embargo, está sucediendo estrategias en el norte del país en Baja California

donde el tema central es el vino donde hay una región vinícola que es importantísima, al inicio solamente era una zona productora de vino ahora es un desarrollo turístico impresionante y ya se recibe más ingresos por turismo que por la producción de vino

En el norte del país hay una ciudad que se llama Tijuana que es la meca de la cerveza artesanal en México, entonces ellos están explotando ese potencial y su cercanía con los estados unidos para elaborar cerveza artesanal de alta calidad que es la referencia en todo el país; en el norte de México en chihuahua se desarrolla mucho el producto lácteo, el queso, la manzana y las denominaciones de origen son algo muy importante para la incursión en la gastronomía. Creo que una estrategia es como tomar de tu país un producto que es el icono de una región e impulsarlo muy fuertemente porque eso genera una reacción en cadena que va a desarrollando gradualmente otros productos que no tengan el mismo potencial como hacen con el café.

7. ¿Existen rutas gastronómicas en su país? ¿Cómo se llevan a cabo?

Si existen están la ruta del vino en el norte del país en la zona de ensenada, en el centro del país hay una zona alta en el estado de Querétaro que tiene la ruta del queso y del vino que también es una ruta muy fuerte, obviamente el sureste mexicano los estados de Oaxaca, Chiapas, Guerrero, Puebla y otros son estado que tiene una diversidad gastronómica increíble y de ahí viene mucho la razón de que la gastronomía mexicana fuera declarada patrimonio de la humanidad por la densidad gastronómica que hay en los estados.

8. ¿Cómo se promociona una ruta gastronómica para que tenga reconocimiento a nivel mundial?

La importancia de que la federación y el estado, en México tenemos 32 estados que corresponde a un departamento y hay una organización federal nacional entonces cuando vas a promocionar o promover un proyecto en particular es importante la coordinación a nivel de estado o a nivel federación sea la misma para que los esfuerzos de las campañas de promoción y divulgación sean muy versátiles en cuanto a los canales que utilizan redes sociales están ahorita buscando la captación de nuevas inmersiones de turismo, lo millennials son gente que ya no te hacen una reservación por agencia de viajes ni mucho menos todo lo hacen a través del teléfono y no necesitan nada más, entonces explotar esos canales es importante sin dejar de entender lo clásico así es como creo yo en México ha funcionado y es recomendable que a nivel departamento y federación la coordinación sea impecable para que el esfuerzo sea mayor impacto

9. ¿Qué estrategias nos podría brindar usted, para diseñar una ruta gastronómica?

Cuiden mucho las alineaciones entre el diseño de la ruta con las estancias o lo prolongado de las estancias del turista en la zona que se quiere explotar, en México se ha buscado mucho estudiar el comportamiento del turista para saber si es un turista de negocios, de fin de semana, si es un turista de 10 días o de una semana para que el diseño de las rutas de cada región sea perfectamente alineado con el comportamiento del turismo mayoritario de la zona entonces hay regiones que han diseñado rutas que para hacer el recorrido te lleva 5 días sin embargo no tenían un estudio sólido sobre el comportamiento del turista, pero resulta que el turista estaba nada más un par de días y no había compatibilidad entre el diseño de la ruta y el comportamiento del turista entonces ese es un tema que yo les comendaría mucho tengan bien claro los segmentos de mercado del turismo que esta por acá para que la ruta tenga un diseño con la longitud o la estancia adecuada y que tengan diversidad que tengan una ruta para hacer un recorrido de varios días y también tengan rutas cortas uno o dos días o de ir y venir en un mismo día para que la gente que está en estancia corta lo pueda explotar en la ciudad en la yo vengo el turismo está en crecimiento nosotros tenemos un mercado de turismo de negocios inmenso mucha gente que va a la ciudad a trabajar se queda de fin de semana, entonces es importantísimo que los clúster de turismo o las asociaciones de turismo de la localidad se organicen para que estas personas que están por negocios y se quedan un par de días en el hotel encerrados o nada mas yendo a comer en un restaurante tengan una oferta llamativa que sea cómoda, se compre por el teléfono que vallan por ti al hotel, que te lleven a la ruta y que te regresen

10. En su opinión. ¿Qué plato típico representa a Colombia, y por qué?

Las arepas es lo más representativo de lo que he visto en estos días.

*Organizador del congreso Sabor Candelaria*

José Luis Ocampo presidente de Federación de Gastronomía y Turismo es el encargado de la organización del V congreso gastronómico sabor candelaria ayudando en la elaboración de cada uno de los talleres, concursos, conferencias, clases magistrales del evento.

1. ¿Qué fin tiene el congreso Sabor Candelaria?

El V congreso gastronómico sabor candelaria tiene el fin de divulgar, de promover la cocina colombiana a nivel mundial de poder promover nuestras raíces, nuestras técnicas culinarias,

este año tenemos el tema Colombia envuelta en hojas entonces estamos desarrollando los concursos de acuerdo a ello y poder promover nuestra técnica culinaria envuelta en hojas.

2. ¿Qué lo motivo a incursionar en la gastronomía?

Fue algo muy particular hace muchos años, yo pertenecía a un grupo parecido al scout y en ellos andábamos por muchos municipios, pueblos nos tocaba cocinar, no sabíamos cocinar y me metí en ese desarrollo me gustó mucho me incentivo aprender la cocina, técnicas, preparaciones y por ello hoy en día ya estoy liderando una organización enfocada en la gastronomía colombiana

3. ¿Qué estrategias ha desarrollado en el clúster turístico de La Candelaria?

Estrategias, hemos desarrollado visitas en asesorías, capacitaciones, este concurso de gastronomía, congresos y divulgación de todo lo que tiene que ver de turismo gastronómico

4. ¿Qué opina de la cocina típica y tradicional y que aspectos puede destacar de esta?

Opino que la cocina típica tradicional debe ser promovida, divulgada y muchas veces me atrevo a decirlo que rescata porque hay platos ya perdidos, entonces debemos hacer una investigación muy acorde a que se cocinaba hace muchos 150 o 250 años atrás y comenzar a mover estos platos nuevamente en nuestro diario vivir y los aspectos a destacar serían que la cocina colombiana es muy grande no se puede hablar de un solo plato tienen que ser platos por región y la idea es poder promoverlos a nivel mundial

5. ¿Qué destino considera usted que puede ser referente en turismo gastronómico en el mundo y por qué?

El destino que considero es Colombia sin duda, Colombia como digo yo y respetuosamente en Colombia encontramos unos sub países que nosotros llamamos regiones y en cada región encontramos un mundo totalmente lleno de variedades de frutas, de hortalizas, de sabores, de tradiciones de mucho folclore, de mucha cultura entonces el destino que yo considero referente en turismo gastronómico es Colombia.

6. ¿Qué proyectos a realizados en la localidad de La Candelaria para incentivar el turismo cultural y gastronómico?

Nosotros con base en lo que hemos hechos anteriormente como los congresos y los festivales, esto hace que ayude a promover nuestro turismo gastronómico en la localidad por

ello hay muchos turistas que viene de otro país y los llevamos a conocer las plazas de mercado, los llevamos hacer el tour de la fruta, hacer un tour gastronómico por la localidad y así incentivamos la comida típica en la localidad de La Candelaria.

7. ¿Cómo se podría incentivar el turismo gastronómico del país?

Lo que otros países han hecho capacitándose, civilizando a todos los estudiantes y la gente del diario vivir, de sus casas, de sus trabajos porque no saben o no sabemos toda la gran riqueza que tenemos en turismo gastronómico si lo supiéramos lo valoraríamos y le daríamos un manejo óptimo para que los mismos nacionales recorramos toda Colombia y así mismo los extranjeros nos van a conocer y van a venir a nuestro país.

8. ¿Considera usted que la oferta gastronómica típica colombiana; permite dar a conocer más la localidad?

Si total claro, aquí hay mucha oferta gastronómica y por ello los extranjeros son dichosos con nosotros conocen la cultura, la degustan, quieren probar de todo son felices en las plazas de mercado viendo la variedad de alimentos y por eso se ha logrado implementar el turismo en la localidad y estas rutas gastronómicas son una herramienta muy importante para ello.

9. ¿Qué piensa sobre implementar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La Candelaria?

Ya existe ya la hay la venimos desarrollando, hay varias tenemos muchos guías de turismo, tenemos varias agencias que les hacen recorridos a los turistas extranjeros inclusive a los mismo nacionales y se están desarrollando ya las hay toca es mejorarlas de pronto y seguirlas incentivando.

10. En su opinión ¿Qué tipo de turista estaría interesado en una ruta gastronómica?

Estaría interesado sobre todo estudiantes, amantes de la cocina, pero sabemos y hemos observado que los extranjeros son amantes de este tipo de turismo porque ellos van a un país diferente a mirar aprender y a probar de nuestra cultura entonces ellos serían los más interesado.