

Gastronomía Tradicional, Atractivo Turístico en la Provincia Centro de Boyacá

Traditional Gastronomy, Tourist
Attraction in the Center Province of
Boyacá

Gastronomie traditionnelle,
attraction touristique de la province
Centre de Boyacá

Gastronomia Tradicional, Atração
Turística na Província de Boyacá

Fecha de recepción: 6 de febrero de 2018
Fecha de aprobación: 03 de junio de 2018

Para citar este artículo:
Vargas-Vargas, S.A. &
Gama-Granados, P.C
(2018). "Gastronomía
Tradicional, Atractivo
Turístico en la Provincia
Centro de Boyacá". In
Vestigium Ire. Vol. 12-1,
pp. 10 -26.

Samuel Antonio Vargas Vargas¹
Paola Carolina Gama Granados²

1 Administrador de Empresas, Especialista en Alta Gerencia en Mercadotecnia, Especialista en Aprendizaje Autónomo, Magister en TICs Aplicadas a la Educación, Docente Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Docente titular de la Universidad para la Cooperación de México UCIMEXICO. Correo electrónico: saanva2@gmail.com. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-5272-5041>. Tunja, Boyacá, Colombia.

2 Administradora Turística y Hotelera. Especialista en Planificación del Turismo Sostenible. Docente del programa de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y la Fundación Universitaria Juan de Castellanos. Correo. Paola.gama@uptc.edu.co. Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-0485-8736>. Duitama- Boyacá, Colombia.

Resumen

La visión turística predominante sobre la gastronomía es estrecha y se asocia con excesiva frecuencia sólo a la cocina y a los restaurantes. Esta insólita visión se verifica en momentos que una creciente búsqueda de nuevos gustos por parte de los consumidores. El alimento forma parte del patrimonio de los pueblos y cuando se integra a la oferta turística enaltece al destino. El turismo valoriza los alimentos y consecuentemente el trabajo de los actores de la cadena gastronómica. Se plantea entonces la observación como medio para identificar la riqueza inmaterial de la provincia centro del Departamento de Boyacá, con el propósito de proponer un producto turístico creativo e innovador, que aproveche la riqueza que existe en la región en torno al ambiente culinario. Por ello en este documento presenta algunos aspectos que a nuestro modo de ver son necesarios, como el origen de la investigación turística y de cómo esta sirve de base para plantear un estudio para el diseño de una ruta turística de la gastronomía tradicional en la provincia centro del Departamento de Boyacá.

Palabras claves: Gastronomía tradicional, Ruta turística, atractivo turístico, turismo.

Summary

The predominant tourist vision of gastronomy is narrow and is too often associated only with the kitchen and restaurants. This unusual vision is verified at times of a growing search for new tastes by consumers. Food is part

of the heritage of the villages and when it is integrated into the tourist offer, it enhances the destination. Tourism values food and consequently the work of the actors of the gastronomic chain. Observation is then presented as a means to identify the intangible wealth of the central province of the Department of Boyacá, with the purpose of proposing a creative and innovative tourism product, which takes advantage of the wealth that exists in the region around the culinary environment.

Therefore, this document presents some aspects that in our view are necessary, such as the origin of tourism research and how it serves as a basis to propose a study for the design of a tourist route of traditional gastronomy in the central province of the Department of Boyacá.

Key Words: Traditional gastronomy, Tourist route, Tourist attraction, Tourism.

Résumé

La vision touristique prédominante de la gastronomie est étroite et elle est trop souvent associée à la cuisine et à la restauration. Cette inhabituelle vision se vérifie parfois par une recherche croissante de nouveaux goûts par les consommateurs. La nourriture fait partie du patrimoine des villages et lorsqu'elle est intégrée à l'offre touristique, elle fait plus attirante la destination touristique. D'ailleurs, le tourisme valorise la nourriture et par conséquent, le travail des acteurs de la chaîne

gastronomique. De ce fait, l'observation est considérée comme un moyen d'identifier la richesse immatérielle de la Province Centrale du département de Boyacá, afin de proposer un produit touristique créatif et innovant, qui tire parti de la richesse de la région entourant l'environnement culinaire.

Par conséquent, ce document présente certains aspects qui, à notre avis sont nécessaires, tels que l'origine de la recherche sur le tourisme et la manière dont il sert de base pour proposer une étude pour la conception d'un itinéraire touristique de la gastronomie traditionnelle dans la Province Centrale du département de Boyacá.

Mots-clés. Gastronomie traditionnelle, route touristique, attraction touristique, tourisme.

Resumo

A visão turística predominante da gastronomia é estreita e é muitas vezes associada apenas à cozinha e restaurantes. Essa visão incomum é verificada em tempos que uma crescente busca por novos gostos pelos consumidores. A comida faz parte da herança do povo e, quando integrada na oferta turística, aumenta o destino. O turismo valoriza a alimentação e consequentemente o trabalho dos atores da cadeia gastronômica. A observação é então considerada como um meio de identificar a riqueza intangível da província central do Departamento de Boyacá, com o objetivo de propor um produto turístico criativo e inovador, que

aproveite a riqueza que existe na região em torno do ambiente culinário.

Portanto, este documento apresenta alguns aspectos que, a nosso ver, são necessários, como a origem da pesquisa em turismo e como ela serve de base para propor um estudo para o desenho de uma rota turística da gastronomia tradicional na província central. do Departamento de Boyacá.

Palabras clave: Gastronomía Tradicional, Rota Turística, Atracción Turística, Turismo.

Introducción

En el departamento de Boyacá, algunas zonas han desarrollado tímidamente la actividad turística, pero es indispensable que se atienda lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo 2014 -2018 “Todos por un nuevo país” en el que la actividad turística se define como “Turismo motor de desarrollo regional” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014). Sin embargo, la investigación y estudios realizados en el tema siguen siendo incipientes, no obstante, se destacan investigaciones como “los anillos turísticos como factor generador de turismo en los municipios de Boyacá”, de autoría de Nataly Yohana Callejas Rodríguez y Lizeth Viviana Lesmes Ortiz, de la Universidad de Boyacá, además la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia específicamente el programa de Administración Turística y Hotelera ha dado un paso fundamental de la Academia con la comunidad a partir de la ejecución de proyectos turísticos en

pro del desarrollo regional, tal es el caso de “Levantamiento y Consolidación de Inventarios Turísticos en las Provincias de Boyacá”, “Turismo Rural Comunitario en el Anillo de los Nevados”, “Diseño de una ruta Geoturística en el Anillo de los Dinosaurios” entre otros, y de cómo estos han contribuido al desarrollo turístico en el departamento de Boyacá.

En este sentido, la investigación del proyecto “Diseño de una ruta de la gastronomía tradicional en la Provincia Centro del departamento de Boyacá” privilegia la visión sostenible y participativa, ya que constituye lineamientos encaminados a la recuperación de la gastronomía tradicional y al desarrollo económica, que integra nuevas formas de trabajo reflejado en la intervención y participación de la comunidad local de la Provincia Centro, estos procesos permiten comprender la relación entre gastronomía tradicional y el turismo.

También se evidencia la necesidad de trabajar integralmente no solo desde lo institucional sino de lo regional. Lo anterior suscita la promoción e interés de este proyecto para promover no solo la investigación - acción sino la preocupación por la creación y consolidación de una ruta turística donde el motivo principal de viaje sea el interés por las tradiciones culturales en torno a la gastronomía.

Estas consideraciones motivaron para plantear como objetivo de la investigación, diseñar una “ruta temática de la gastronomía

tradicional” en la Provincia Centro de Boyacá que posibilite el desarrollo turístico de la Región. Igualmente para la primera etapa de la investigación se ha considerado objetivos específicos, que una vez logrados, permitirán el avance hacia el diseño de una ruta turística, por lo tanto, se planteó en primera instancia analizar información bibliográfica sobre la temática del objeto de estudio que permita conocer con pertinencia los orígenes de la investigación turística y que sirva de referente para el diseño de productos gastronómicos; y realizar una caracterización socio-demográfica de la provincia a trabajar a través de la recopilación de información secundaria.

Marco de referencia.

Origen de la investigación turística en Gastronomía.

El turismo, como disciplina de las ciencias sociales, tiene el reto de ganarse un lugar en el mundo de la ciencia. Es por ello, que la investigación en turismo debe redimensionar su papel como factor en el desarrollo de esta importante actividad económica, cultural, social y ambiental. La complejidad del fenómeno turístico constituye un compromiso por parte de los investigadores, profesores, profesionales y estudiantes de las instituciones educativas.

En este sentido, se pueden realizar proyectos en el ámbito de formación profesional, con miras a contribuir al

desarrollo de una región, un tema importante que ha cobrado gran interés por parte de investigadores en turismo es la valoración de la gastronomía dentro de la experiencia turística ya que no es un fenómeno reciente.

Por lo anterior, se evidencian temas de interés en investigación que contribuyen al desarrollo social y cultural, como es el caso de Contreras & Bessière (2006), donde manifiestan que las “gastronomías locales”, son consideradas expresiones de la identidad de los pueblos, adquieren relevancia y captan el interés del viajero a partir de los años 60 del siglo XX.

14

El rechazo a la estandarización de la alimentación estimula a los individuos a la búsqueda ferviente de lo auténtico, lo natural, la vuelta a las raíces, a la cocina del terruño, la puesta en valor de la autenticidad de las cocinas del territorio invita a la apropiación de la cultura local mediante el contacto con su gente, el consumo de sus platos y la compra de sus productos, elementos que pasan a formar parte integrante de la experiencia turística (citado por Jeambey, 2016).

En comparación con otros recursos culturales, las gastronomías locales, con sus productos y sus platos típicos, tienen la particularidad de ser un recurso patrimonial dinámico, que se transforma en cada estación del año. Así pues, la investigación en turismo gastronómico se convierte en una

solución a la masificación turística en temporada alta, ya que permite diversificar la oferta y escalonar la demanda a lo largo del año.

Así mismo, se podría afirmar que la investigación en turismo nunca ha sido originada por turistólogos, no nació de la actividad turística, la preocupación por su estudio y profundización ha venido desde otras disciplinas que se vieron involucradas con este fenómeno tal es el caso de geógrafos, ecologistas, mercadólogos, sociólogos y antropólogos.

Figuroa citado por Caripan (2008: p.2) dice: "Nuestra experiencia nos indica, que los sectores turísticos o especialmente, alguna de sus ramas productivas, creen escasamente, en trabajar en la investigación y el estudio; y siguen creyendo, que todo presupuesto dedicado a ese objetivo es un gasto, con poca proyección positiva en su cuenta de explotación." Mientras no se dé un giro cultural en torno a la importancia de la investigación será complicado lograr la cientificidad del turismo y seguirá sufriendo como lo afirma Vera J.F. e Ivars J. (2001), citado por Rejowski (2009, p. 3) “una paradójica y poco deseable postergación.”

Pero ante tal panorama existen de igual manera cosas por rescatar y que varios autores consideran importantes para el desarrollo de una verdadera investigación científica del turismo, tal es el caso de las investigaciones en torno a la formación en educación, planificación turística, desarrollo de productos turísticos, estudio de

mercados turísticos, gastronomía, entre muchos temas más, que la educación superior viene fomentando y desarrollando en distintas universidades.

Este último, la gastronomía abarca un gran significado e interés relacionada con la cultura y tradición de los territorios y el turismo, debido a que actualmente se ha convertido en una tendencia de motivo de viaje, pero además una alternativa de desarrollo sociocultural de los destinos.

Para involucrarnos a investigar en Turismo gastronómico es necesario contextualizar el concepto de “patrimonio cultural inmaterial” que tiene su significado y apropiación con los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana [...] y “salvaguardia” como las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la

identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión básicamente a través de la enseñanza formal y no formal y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos (Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial UNESCO, 2003).

En este sentido, una de las definiciones para tener en cuenta es la de “Comida Tradicional ya que constituye un patrimonio de una región y sus prácticas son algo histórico que se ha transmitido a través de las generaciones. Uno de los problemas con la comida tradicional es que se han tenido que modificar con el tiempo para cumplir, ya sea con las políticas de aseptia en la manipulación de alimentos o para crear recetas fusión, platos que se adapten a las nuevas tendencias gastronómicas, (Duque, 2013) en un artículo gastronómico llamado la cocina en Colombia, un desafío emocionante para la revista Semana resalta “lo tradicional se asocia con lo que permanece y lo que no se transforma, mientras que lo moderno suele ir de la mano con lo novedoso y lo distinto”. Paradójicamente, la comida tradicional colombiana se encuentra en estos dos caminos: el primero se ve plasmado en las políticas para proteger las maneras gastronómicas tradicionales, mientras que el segundo se refiere al movimiento que se ha encargado de actualizarlas.

Por lo anterior, el papel y responsabilidad de la academia es

indispensable, debido a que no se debe dejar de lado la teórica de la investigación ya que constituye como parte fundamental en el proceso de la ciencia del turismo. Al respecto Gómez (2009, p. 8) señala “si se quiere salir del rezago académico y de la escasa producción de conocimiento de alto nivel, es necesario impulsar la investigación teórica en el turismo” y más cuando se está dejando de lado practicar la epistemología en los trabajos de investigación. Jafari (2005, p. 4).

En este caso, es importante elaborar, construir e implementar trabajos de investigación relacionados con el turismo gastronómico ya que generan aportes significativos a un espacio y/o territorio cultural posibilitando construcciones teóricas y prácticas que contribuyen al desarrollo de las comunidades a partir de propuestas gastronómicas y participación de todos los involucrados.

Así mismo, a manera general la investigación en turismo se contextualiza en el marco de las perspectivas, enfoques, plataformas o énfasis de las investigaciones que se deriva de los planteamientos de los autores, entre ellos se destacan: Apostolopoulos Yorghos (2002), Jafar Jafari (2005), Tamayo Ana Leticia (2005), Nohora Alfonso (2007), Salvador Gómez (2008,2009),), Messina Graciela (2008), Rejowski Myriam (2009), Ascanio Alfredo (2008) Castillo Marcelino y Panosso Alexander (2010), que permiten vislumbrar cuatro perspectivas: primera, la investigación

en turismo desde una visión pragmática; segunda, la investigación en turismo desde una visión sociológica; tercera, la investigación en turismo desde una Visión Sostenible y, Cuarta, la investigación en turismo, desde una Visión Participativa (donde el estado se vincula activamente promoviendo la interacción con la comunidad). (Gama & Mojica, 2010).

Primera, la investigación en turismo desde una visión pragmática, tiene su auge en los años 60 y la actividad turística se caracteriza por un reconocimiento explícito de su expansión, por considerarse como un “modo de vida” de países civilizados, con una orientación hacia el mejoramiento de la planta turística y de los productos turísticos y un privilegio de la minoría con capacidad para invertir y consumir.

Se le reconoce el aporte al desarrollo económico como generador de divisas, empleo y como un efecto multiplicador de la economía y considerada como la “Industria sin Chimeneas”. Así la investigación privilegia los procesos operativos de la actividad de las empresas del sector turístico y se enfoca a la realización de Estudios de Mercado, Diagnósticos, Estudios de Factibilidad y Creación de Empresas. La investigación surge de manera espontánea, atomizada y desconexa de la actividad turística que responde intereses, principalmente lucrativos y rentables. En general se manifiesta un exiguo apoyo a los procesos investigativos y una ausencia de investigación científica como elemento

fundamental para el desarrollo turístico donde la ética no juega un papel importante para su fortalecimiento (Gama & Mojica, 2010).

Segunda, la investigación en turismo desde una visión sociológica, tiene su auge en los años 80 donde se evidencian los impactos económicos (empleos cíclicos, desarrollo económico desequilibrado); sociales (accesos a derechos como vacaciones pagadas, distorsión de la estructura de la sociedad anfitriona, generación de enfermedades, promoción de xenofobia, rechazo al visitante y resentimiento por los consumos excesivos del turista, prostitución), culturales (mercantilización de la cultura, sus manifestaciones, expresiones artísticas) ambientales (destrucción de recursos naturales y paisajístico), a la vez los avances tecnológicos contribuyen a facilitar el desplazamiento a un número mayor de visitantes.

La investigación privilegia los estudios descriptivos, con un enfoque cuantitativo que diagnostican cómo se está desarrollando las actividades turísticas. Y se inicia una orientación hacia develar las implicaciones sociales y la necesidad de reorientar y estudiar el fenómeno turístico desde varias dimensiones y disciplinas.

Tercera, la investigación en turismo desde una visión sostenible, tiene su auge en los años 90 donde surge el interés por generar alternativas que contribuyan a la minimización de los

impactos negativos ocasionados por la actividad turística, es así como inicia el apoyo a un nuevo tipo de turismo no masificado (Turismo Rural: Ecoturismo, Agroturismo, Turismo Cultural y Gastronómico) más responsable y consciente con el medio ambiente, las tradiciones y las manifestaciones culturales, se caracteriza por que la demanda esta segmentada debido a que los turistas están más informados y buscan experiencias significativas con calidad.

En este sentido la oferta se especializa y compite por productos diferenciados, apoyados en sistemas sofisticados, los empleados tienen un nivel de formación más alto, y la gestión en las organizaciones son más horizontales y participativas, se fomenta el trabajo en equipo, la autonomía y la creatividad, se empieza a consolidar la tendencia de la globalización e internacionalización.

La investigación retoma nuevas formas de valoración de las actividades en áreas rurales o naturales, las manifestaciones culturales surgen como elemento de identidad y sentido de pertenencia de las regiones, se integran los componentes económicos, sociales, culturales y ambientales, donde las comunidades juegan un papel esencial en su cohesión y desarrollo.

Cuarta, la investigación en turismo, desde una visión participativa (donde el Estado se vincula activamente promoviendo la interacción con la comunidad). En esta etapa la

actividad turística es reconocida como una estrategia de desarrollo económico social vital para las zonas deprimidas. De igual manera, se constituye en una herramienta de cohesión social donde el estado puede jugar un papel fundamental para su desarrollo. Hay un reconocimiento que esta actividad solo puede consolidarse a partir de la interacción sector público, privado y comunitario.

A partir del año 2000, en América Latina, se ha venido posicionando aún más como un escenario propicio para el desarrollo social; en este sentido, han surgido variedad de iniciativas que así lo propician y una de ellas relacionadas al turismo gastronómico, es el fomento de rutas alimentarias o gastronómicas que constituyen un producto diversificado del agroturismo y por su puesto del turismo rural.

Siguiendo las visiones de la investigación en turismo el fomentar y participar en propuestas de investigación en gastronomía le deben apuntar a lograr la visión participativa y sostenible, ya que la perspectiva que durante los años ha concebido este tema es la pragmatidad, es decir en el recetario de menús y elaboración de estos, que en muchos casos no incorporan los actores principales de información como lo es la comunidad.

En Europa y especialmente en Francia, la finalidad más importante de las rutas alimentarias se relaciona más con la industria de la alimentación y con el desarrollo de marcas con el turismo.

Desde una perspectiva menor las rutas alimentarias pueden categorizarse como un producto turístico pero su mayor potencial se localiza en el ámbito de las políticas agrarias; circunstancia que suele ser dejada de lado en el diseño de las políticas regionales debido a que el turismo y el agro transitan por carriles separados en la rutina intelectual que predomina en ambos sectores, se puede decir que los países con mayores rutas alimentarias son Argentina, España, México y Francia; así lo expresa Barrera y Bringas (2008) “Francia ha liderado el desarrollo del turismo rural en el mundo y también el de las rutas gastronómicas” además relaciona que en Latinoamérica, Argentina es un aventajado con la ruta “los caminos del vino de Mendoza” En Colombia solo podemos encontrar la ruta del café, que es sumamente importante como modelo de turismo desde una concepción de producto turístico gastronómico.

Se considera que las rutas alimentarias son una estrategia turística, que promueve el desarrollo rural a través del posicionamiento de los alimentos con identidad territorial. (Pulido y Cárdenas, 2011).

Así pues, las rutas alimentarias son itinerarios turísticos que ofrecen servicios y productos que permiten recorrer y explorar lúdicamente la cultura y la historia de aquellos alimentos embebidos de la identidad de la región que representan; conllevan sin embargo un propósito más profundo; exponer en primer

plano el significado simbólico de los alimentos y mudarlos de facilitadores de la experiencia turística a recursos culturales de carácter local (Barrera, 2008).

Asimismo, Blanco y Riveros (2010) revelan que las rutas turísticas “se organizan entorno a un producto clave que las caracteriza y los otorga su nombre y se complementan con actividades relacionadas con los recursos específicos del territorio; comida, producción agroindustrial, entretenimientos en la naturaleza y otras manifestaciones de la cultura regional”.

También es importante considerar que la mirada de la cotidianidad, propia de los residentes desvaloriza lo propio, por su carácter común. Esto es, que los propietarios de establecimientos de turismo rural valoran la oferta de productos caseros y de la gastronomía local, su apreciación es bastante inferior a la que le otorgan los turistas que reciben esos servicios.

Posicionar a los alimentos regionales requiere realizar un trabajo que contemple el desarrollo de una identidad asociada a una imagen de fuerte color local, sea una marca de calidad o una denominación de origen, es decir, un apelativo de calidad referenciado en el origen. Los turistas son, sin duda, un vehículo de gran valor para conseguir este propósito. (Barrera, E. 2006: 139).

Las rutas alimentarias pueden organizarse sobre diversos fundamen-

tos, entre ellos destacamos los siguientes:

Rutas Gastronómicas por Producto: Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto: vinos, quesos, entre otras.

Rutas Gastronómicas por Plato: Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir que la cocina constituye el hilo conductor de la organización.

Rutas Étnico-Gastronómicas: Aunque podrían integrarse a las rutas por plato, el componente étnico es tan importante que merece distinguirse. Se trata de aquellos emprendimientos sustentados en la tradición culinaria de los pueblos nativos y también de las corrientes de inmigrantes existentes en el país (Barrera, E. 2006).

Metodología

La metodología propuesta fue de tipo descriptivo, debido a que su finalidad era la de especificar las características de una población, grupo, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a análisis (Dankhe, 1986), en este estudio descriptivo se seleccionó una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia describir lo que se investiga.

De acuerdo con su naturaleza y los objetivos, debe centrarse en una investigación de carácter descriptivo y a la vez analítico, pues por un lado se

estudiará a fondo y detalladamente toda la información acerca del patrimonio inmaterial de la Provincia Centro del Departamento de Boyacá, con el fin de identificar específicamente la riqueza de la gastronomía tradicional; para luego analizarla y proponer alternativas de desarrollo en turismo.

En las actividades que se propusieron fue necesario determinar el cómo, dónde y con qué recursos se llevaban a cabo, así como los tiempos. Después, se recuperaron datos para corroborar si ha habido cambios sustantivos o no y por qué, por medio instrumentos.

La formulación de un proyecto de intervención es una tarea que requiere

conocimiento y pericia en la recuperación, tratamiento e interpretación de la información que se obtiene por medio de las técnicas e instrumentos que se utilizan en las investigaciones de carácter cualitativo. (Riveros, 2003).

El proceso aplicado para el diseño de la ruta gastronómica se establece en cuatro (4) fases que corresponden a los objetivos planteados. Por lo tanto, para alcanzar el logro de estos, se considera desarrollar la investigación por etapas y actividades. Se pretende llevar un orden secuencial de cada uno de los elementos a investigar y que se respaldan con los instrumentos y herramientas a utilizar. Tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Etapas de la Investigación

Fases	Actividades	Método	Instrumento
Fase 1 Diagnóstico de los recursos naturales, culturales y productivos.	Caracterización y delimitación del área objeto de estudio. Revisión Inventario de los recursos turísticos y gastronómicos.	Descriptivo.	Investigación de campo. Observación. Entrevista. Fichas de inventario.
	Elaboración matriz de potencialidades y/o DOFA.		Matriz de potenciales, DOFA.
Fase 2 Diseño de la Ruta Turística.	Diseño de la ruta. Descripción de la ruta.	Descriptivo.	Entrevista. Brainstorming.

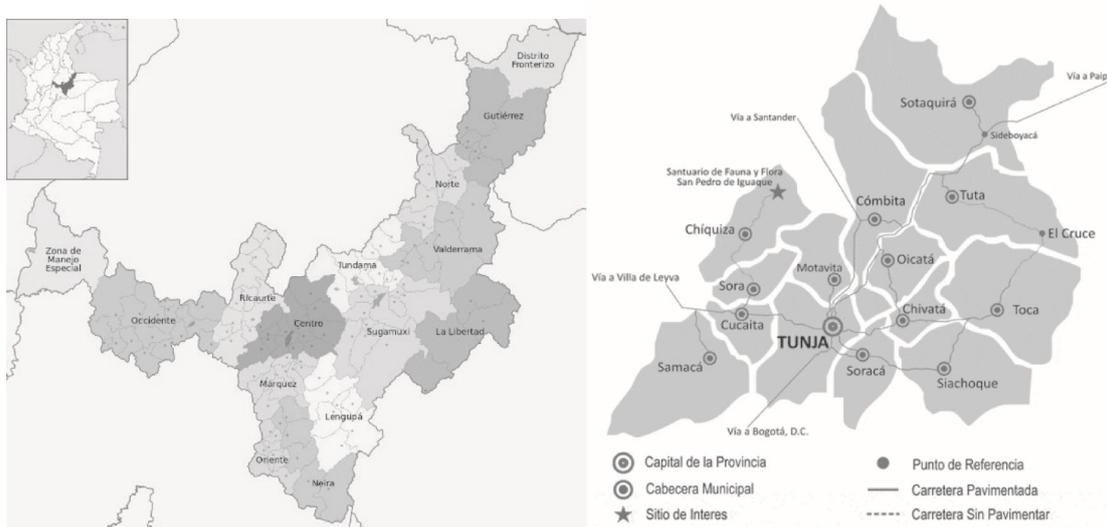
	Elaboración del (os) paquetes turísticos.		
Fase 3 Determinación del precio del producto turístico.	Determinación de los costos y gastos. Definición del precio y estrategia de precio.	Descriptivo.	Ficha de costos Presupuesto.
Fase 4 Estrategia de comunicación de la ruta.	Definición imagen corporativa de la ruta. Definición de canales de comunicación.	Descriptivo.	Página web. Redes sociales. Brainstorming.
	Creación página Web de la ruta.		

Fuente: Autoría propia

El alcance de esta primera entrega se circunscribe a la fase 1 diagnóstico de los recursos naturales, culturales y productivos. Para recabar la información se ha hecho uso de la Guía para la Elaboración de Inventarios Turísticos diseñada en el año 2010 por parte del viceministerio de turismo; con el fin de seleccionar aquellos

atractivos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que hagan viable para una inclusión en el diseño de un producto turístico basado en una Ruta de la gastronomía tradicional, como aporte a la diversificación turística en el Departamento.

Figura 1: Mapa provincial del departamento de Boyacá



Fuente: Gobernación de Boyacá. Mapa provincial. (2014)

Siguiendo a Ramírez, (1997) la economía de la provincia se caracteriza por la alta influencia de la agricultura, destacándose especialmente cultivos transitorios (papa, cebada, trigo, cebolla de bulbo y arveja) que en conjunto han aumentado el área sembrada de la provincia. Esta característica ha posibilitado un sinnúmero de actividades de gastronomía de corte tradicional, en donde aún se respira esos sabores y colores ancestrales, que hacen que la gastronomía sea el resultado de la historia de un pueblo, es decir, que la gastronomía es el producto de la convergencia culinaria de diversas tradiciones.

Los saberes culinarios hacen parte integral de la cultura de la provincia centro del Departamento de Boyacá, en donde las diversas influencias

gastronómicas han dado como resultado una amplia variedad de platillos que se ofrecen y que van desde la comida tradicional hasta la alta cocina, compuesta por sus sopas, como el cuchuco de trigo con espinazo de cerdo el puchero, el cocido boyacense y la mazamorra chiquita. Así como los envoltorios, como el envuelto de mazorca y tamales boyacenses. Por supuesto, no puede en la mesa faltar la fritanga acompañada con papa salada, almojábanas frescas, arepas y carnes como la gallina criolla y de sobremesa una cerveza o un delicioso jugo recién preparado.

De la misma forma se identificó productos provenientes de la industria comercial que poco a poco se han incorporado a la cocina. Entre los más usados se encuentra la cerveza, los refrescos o gaseosas, el consomé de

pollo, cereales, café instantáneo y pan industrializado entre otros. El uso generalizado de estos productos, tienen como efecto que empobrece el patrimonio cultural al ser combinados y consumidos junto con los platos locales.

En definitiva, se puede mencionar que la gastronomía forma parte de un patrimonio cultural, tal como lo afirma la UNESCO (1998) “Un conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición”.

Tal es así que el origen de la gastronomía boyacense se remonta a la cultura muisca, que poblaban a este departamento, y quienes disfrutaban como base de su alimentación el maíz, la quinua, la papa o “turma de la tierra”, cubios, hibus, yuca dulce, tomate, ahuyama, frijol, ají, etc. siendo, el maíz el principal cultivo y base de la alimentación chibcha.

Ya en los tiempos modernos, es evidente que la alimentación se ha incorporado al turismo de muchas formas a lo largo de la historia, sin embargo, ha evolucionado hacia un concepto mucho más amplio, el turismo de alimentos (food turismo) el cual tiene como propósito tomar los productos alimenticios como una poderosa herramienta de marketing para la promoción de lugares y destinos.

En este sentido, como herramienta de marketing, los alimentos son base importante para la selección de

segmentos y nichos de mercado, sustentar costumbres e identidades regionales o provinciales (Jones & Jenkins; 2002:115) y para su efectividad e influencia en el consumidor, los medios de comunicación juegan un rol sumamente fundamental utilizando la gastronomía local, para la creación de imágenes, pues es necesario crear una imagen en la mente del consumidor, para que este se desplace al lugar. A lo que en marketing se ha denominado posicionamiento de marca o de producto.

Como bien lo señala Gómez. B. Armesto. A (2002) “el turismo gastronómico, los productos alimenticios y las especialidades culinarias se convierten en el medio o vehículo de acercamiento cultural en la medida que se configuran como elementos indicadores de pueblos y territorios” en consecuencia desde esta perspectiva, esta nueva forma de acercamiento a la cultura de un lugar, o territorio, tiene un carácter más dinámico, vivencial, activo y lúdico, que en primera instancia debe procurar un desarrollo sostenible, siempre y cuando garantice mejorar la calidad de vida de quienes producen y comercializan, así como la seguridad de la experiencia turística en términos de satisfacción, y de conservar los recursos turísticos (Gómez & López, 2002, p. 139).

A la par debe estimular el desarrollo económico en la región, al aumentar el empleo directo e indirecto, así como incentivar el apoyo de los consumi-

dores para con los negocios locales, y el ingreso producto de las ventas, se quede en manos de la comunidad local.

Conclusiones

Este documento intenta evidenciar algunos aspectos y elementos que fueron identificados mediante las distintas herramientas como la observación y entrevistas a agentes que trabajan en el tema en la provincia centro del departamento de Boyacá, sumado a información documental recopilada; todo con el objeto de valorar y estructurar a partir del empleo del recurso gastronómico local una nueva oferta turística, como motor de diversificación.

Igualmente, producto de la observación, se comprobó que en la Provincia centro del Departamento de Boyacá, existe una gran diversidad gastronómica la cual se constituye en una gran riqueza invaluable e inexplorada hasta el día de hoy.

La cocina tradicional o criolla es un importante recurso cultural que se puede integrar a otros productos turísticos que hoy son ofrecidos. Por lo tanto, el aprovechamiento de los recursos gastronómicos regionales combinados con los otros elementos de su patrimonio cultural y recursos naturales, permitirá ofrecer verdaderas experiencias únicas.

La propuesta una ruta turística en la provincia centro del Departamento de Boyacá, cuyo eje temático sea la riqueza gastronómica, puede lograr

desarrollo turístico ya que incrementa su oferta turística y diferencia al destino de territorios competidores.

Referencias

Alfonso, N, E. (2002). Estado del Arte de la Investigación de la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la UPTC. Proyecto Institucional. Avalado por la Dirección de Investigación de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja. Boyacá.

Alfonso, N.E. (2007). Formación e Investigación, una sinfonía por ajustar. En: Memorias del II Encuentro de Escuelas de Turismo. Organizado por la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Paipa - Boyacá.

Ascanio, A. (2008) Mitos del turismo que perjudican al turismo. Venezuela.

Barrera, E y Bringas, O. 2008. Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. Scienze Gastronomiche. Recuperado el 20 de mayo de 2018 en <https://goo.gl/AtZfGR>

Bessière, Jacinthe (2006) “Terroir, gastronomie et tourisme: manger ailleurs, manger local: la fonction touristique de la gastronomie de terroir”. In: Espaces, tourisme et loisirs, 242

Blanco, M; Riveros, H. (2010) Perspectivas Rurales Revista cultural No 17-18 Las rutas alimentarias,

herramientas para valorizar Productos agroindustriales rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba en Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado el 20 de mayo de 2018 en <https://goo.gl/zHBo4Z>

Callejas, Ny Lesmes L (2014) "los anillos turísticos como factor generador de turismo en los municipios de Boyacá" *Investigium Ire* Vol 8 pp 180, 192

Castillo N, M. y Panosso N. A. (2010a). *Epistemología de Turismo. Estudios Críticos*. Editorial Trillas: Ciudad de México.

Castillo N, M. y Panosso N. A. (2010b). *Implicaciones Epistemológicas en la construcción del conocimiento del turismo*.

Caripan H. (2008) "Evaluación de los productos turísticos y fortalecimiento organizacional de la Corporación de Desarrollo Turístico de Chimborazo. Ecuador"

Contreras, J (2007). El patrimonio alimentario en el área mediterránea. In Tresserras, Jordi; Medina, Xavier. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona.

Dankhe, Gordon (1986), *Investigación y comunicación*, en C. Fernández-Collado y G.L. Dankhe (eds): "La comunicación humana ciencia social" Mc.Graw-Hill, México.

Duque, J (2013) *La cocina en Colombia, un desafío emocionante*. Revista Semana 2013; abr (20) Recuperado de <https://goo.gl/cwH1fR>

Gama & Mojica (2010). *La Investigación en Turismo, Una Visión desde la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la UPTC (1986 - 2009)*. Trabajo de Grado de Universidad Pedagógica y Tecnología de Colombia. Duitama.

Gobernación Del Departamento De Boyacá. (2014). *Mapas provinciales del departamento de Boyacá*. Recuperado el 12 de febrero de 2017 en <https://goo.gl/cu23wf>

Gómez M; Armesto, X. (2002): «Turismo, gastronomía y territorio», en *Los espacios rurales entre el hoy y el mañana*. Santander, Pub. Universidad de Cantabria, Asociación de Geógrafos Españoles (AGE) y Grupo de Geografía Rural, pp. 139-147

Gómez M, Lopez, F. (2001): «Tourism, territory and marginality. Principles and case studies», in *Annual Conference of International Geographical Union, Commission on Evolving Issues of Geographic Marginality in the Early 21st Century World*, Stockholm

Gómez, S. (2005). *Repensar en el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico*. En: VII Congreso Nacional y I Internacional de Investigación en Turismo. Universidad de Guadalajara.

Gómez, S. (2009) *Ciencia y desarrollo turístico en México*. México.

- Gómez, S. (2008) La cientificidad en el discurso académico del turismo. México.
- Ivars, B. (2004) "Planteamientos metodológicos par el uso de indicadores en la gestión turística de espacios naturales". Actas IX Congreso AECIT, El Uso Turístico de los Espacios Naturales, 11 y 12 de noviembre, Logroño.
- Jafar, J. (2005). "La cientificación del turismo" en contribuciones a la economía, Recuperado el 12 de octubre de 2017 en: <https://goo.gl/qEHmBo>
- Jeambey, Z. (2016) "Rutas gastronómicas y desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña". PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 14(5): 1187-1198
- Jones, A. y Jenkins, I; (2002), "A taste of Wales - Blas Ar Gymru": institutional malaise in promoting Welsh food tourism products. En Hjalager, A. M. y Richards, G. (editors), Tourism and Gastronomy. London, Routledge, pp. 115-131
- Messina, G. (2008) El lugar de la Investigación en la Construcción de lo Público.
- Ministerio de Cultura y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2005) Política de turismo Cultural, "Identidad y desarrollo competitivo del Patrimonio Colombiano para el mundo"
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009) "Plan Indicativo de Formación y Capacitación Turística Lineamientos para su Aplicación 2009".
- Pulido, J. y Cárdenas J. (2011): «El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo». Boletín de la Asociación de Geógrafos españoles, nº 56, 155-176.
- Ramírez M. (1997). Perfiles provinciales de Boyacá. Gobernación de Boyacá, secretaria de plantación. Printed in Tunja, Colombia.
- Rejowski, M. (2009) "Investigación en Turismo en las Universidades Brasileñas" Universidad de Sao Paulo, Brasil.
- Tamayo, A. y Peñaloza, L. (2005). Investigación en turismo y educación en la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Trujillo R. (2008) En turismo, no hay peor investigación que la que no se hace Jorge H, México.
- UNESCO (2008) La Gastronomía como patrimonio cultural. Recuperado el 12 octubre de 2017 de: <https://goo.gl/JPGBJy>
- Zeinab J (2016) PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 14 N° 5. octubre 2016 ISSN 1695-71211188. Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña Universidad de Barcelona (España) Recuperado el 18 de noviembre de 2018 de: <https://goo.gl/gJ1T4d>