

FERIAS Y FIESTAS DE CHOACHI COMO EJE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO



SUSANA ESLEIDY BARRERA ROA
LORENA ANDREA GARIBELLO MANRIQUE
ALLISON GISELL GOMEZ BALAGUERA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO
TRABAJO DE GRADO
BOGOTA D.C
2017

FERIAS Y FIESTAS DE CHOACHI COMO EJE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO



SUSANA ESLEIDY BARRERA ROA
LORENA ANDREA GARIBELLO MANRIQUE
ALLISON GISELL GOMEZ BALAGUERA

Trabajo de grado presentado para optar por el título de profesional en turismo

DOCENTE SEMINARIO DE GRADO II:

María Yolanda Laverde Guzmán

ASESOR(A) TEMATICO:

Karol Fajardo Mariño

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO
TRABAJO DE GRADO
BOGOTA D.C

2017

RESUMEN

En la actualidad el municipio de Choachí es reconocido por turismo de naturaleza y de salud, al contar con la cascada más alta de Colombia “Cascada la Chorrera” y por la existencia de dos termales en su territorio; resultando significativo no olvidar las costumbres y tradiciones de las diversas ferias y fiestas que se celebran en la región, tales como la fiesta de la Virgen del Carmen–fiesta del campesino, semana cultural-fiesta de aniversario y las tradicionales ferias y fiestas del municipio, incentivando así a los turistas a conocer parte de la cultura chiguana.

Por lo cual basándose en el análisis de encuestas realizadas a la demanda turística potencial del municipio se formularon recomendaciones para la generación de un plan estratégico de promoción turística, indagando y buscando intereses en común frente a la actividad, con el fin de resaltar las ferias y fiestas que se realizan mediante la oferta turística de las mismas, generando así identidad cultural en los Chiguano.

Palabras clave: Ferias y fiestas, cultura, tradiciones, promoción turística.

ABSTRACT

The research project shows how Choachí is recognized about its nature when we can find the highest waterfall in Colombia “Cascade la Chorrera” and the existence of two thermal springs in the territory. In order to, involve as tourism of health. In addition, this municipality is recognized by its fairs, parties, customs and traditions such as: The celebration of “La Virgen del Carmen” in honor to the peasant, cultural festival, the anniversary of the region and traditions. In this way, allow tourists to know part of the culture called “Chiguana”. Therefore, the result of this study we based on the analysis of the surveys made to some potential sectors of the tourist

demand of the place. Likewise, recommendations aimed at tourism promotion were established taking into account the common interest of locals, regional, national and foreign tourists who visit Choachí. In this way, highlight the fairs and festivals as one of the objectives of this research.

Key words: Fairs and festivals, culture, traditions, tourist promotion.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos infinitamente a nuestros padres, quienes fueron nuestro principal motor en la culminación de este proyecto y que de igual manera con su dedicación y esfuerzos nos forjaron a ser personas éticas, de igual manera agradecemos a nuestras familias quienes de una u otra manera estuvieron presentes tanto de los momentos difíciles como felices de este camino, presentamos gratitud a cada uno de los docentes que estuvieron presentes a lo largo de esta carrera, por sus enseñanzas y entrega de conocimientos para enriquecer nuestras vidas no solo en el ámbito profesional sino también en el personal, en especial a las docentes Yolanda Laverde y Karol Fajardo, tutoras del presente proyecto, quienes nos acompañaron y guiaron en el proceso.

De igual manera agradecemos a la docente Carolina Alfonso, por su colaboración incondicional, quien con sus conocimientos y experiencias nos ayudó en el proceso investigativo, fortaleciéndonos intelectualmente como profesionales.

De antemano agradecemos a todas las personas integrantes de la comunidad chiguana, especialmente a la directora de turismo del municipio de Choachí, Eliana Zárate Pinzón quien fue fundamental para el desarrollo de la investigación y el cumplimiento de los objetivos planteados.

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios, a mi madre Laura Balaguera, quien me ha permitido llegar hasta donde estoy el día de hoy, siendo mi guía y mi mayor inspiración, por estar siempre conmigo, escuchándome y apoyándome incondicionalmente, a mi padre Javier Gómez y hermana Valentina por sus consejos y críticas constructivas. Los amo mucho y los llevo en mi corazón, nunca existirán palabras suficientes para dar gracias a todo lo que han hecho por mí y ser una luz en mi camino.

A mis abuelos, en especial mi abuelo Vicente Gómez que ahora es mi ángel, a mi abuela Balbina quien aportó a mi crecimiento como persona y profesional con su sabiduría y su experiencia me han guiado en ese camino largo de la vida.

Allison Gisell Gómez Balaguera

Mi dedicatoria es primordialmente para Dios, al ser mi guía y refugio en los momentos difíciles, a mis padres María Roa y Germán Barrera, que me acompañaron en este camino y que principalmente fueron mi motivación para seguir adelante, son mi más grande orgullo. A mis abuelos, especialmente a mi abuela al ser la persona que me educó e inculcó los principales valores que tengo como persona y al ser portadora de enseñanzas durante el camino de mi vida, a mi abuelo que me acompaña desde el cielo y que con su frase “estudie hija, que estudiar es muy bonito” me impulso cada vez más a culminar este camino.

Susana Esleidy Barrera Roa

Dedico este trabajo a Dios y a mis padres Lorenza Manrique y Javier Garibello, por apoyarme y acompañarme durante esta etapa tan importante en mi vida, siendo ellos mi fortaleza en cada obstáculo presente en el camino.

Lorena Andrea Garibello Manrique

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de contenido

INDICE DE GRAFICAS	11
INDICE DE TABLAS	12
INDICE DE ANEXOS	13
GLOSARIO	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO I	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. Pregunta de investigación:	18
1.3. OBJETIVOS	18
1.4. JUSTIFICACIÓN	18
CAPÍTULO II	21
2. ANTECEDENTES	21
2.1. Antecedentes Internacionales.....	21
2.2. Nacionales.....	24
3. MARCO CONCEPTUAL	26
3.1. Calidad y turismo	26
3.2. Carnavales.....	27
3.3. Competitividad turística.....	28
3.4. Cultura.....	28
3.5. Feria turística	31
3.6. Fiestas	32
3.7. Manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial.....	33
3.8. Manifestaciones culturales.....	34
3.9. Municipio.....	34
3.10. Promoción.....	35
3.11. Promoción Turística.....	37
3.12. Plan de marketing.....	37
3.13. Recursos turísticos	37

3.14. Turismo	38
3.15. Turismo Cultural	39
CAPÍTULO III.....	41
4. Metodología aplicada.....	41
4.1. Tipo de investigación.....	41
4.2. Diseño de la investigación	41
4.3. Población muestra	42
4.4. Enfoque del trabajo	42
4.5. Instrumentos de recolección de datos	43
4.6. Técnicas de análisis de datos	46
CAPÍTULO IV.....	47
5. RESULTADOS.....	47
5.1. Entrevista:	47
5.1.1. Entrevista a prestadores de servicio de alojamiento.....	53
5.2. Fichas de inventario	55
5.3. Encuesta	62
5.4. Análisis e interpretación de resultados.....	71
6. Conclusiones	73
7. Recomendaciones	74
8. Estrategias de promoción	76
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS	83

INDICE DE GRAFICAS

Grafica 1: Rango de edad personas encuestadas.....	62
Grafica 2: Hombres y mujeres encuestados.....	62
Grafica 3: Personas que conocen el municipio de Choachí.....	63
Grafica 4: Actividades a realizar en el municipio.....	64
Grafica 5: Participación en las festividades.....	65
Grafica 6: Asistencia a las festividades.....	66
Grafica 7: Medios de divulgación.....	66
Grafica 8: Falta de información sobre las festividades.....	67
Grafica 9: Dificultades para conocer el municipio.....	68
Grafica 10: Días de pernoctación en el municipio.....	69
Grafica 11: Pago por alojamiento.....	70
Grafica 12: Inversión de dinero durante la visita al municipio.....	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz DOFA.....	72
Tabla 2: Estrategias para el plan de promoción turística.	78

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Estructura entrevista realizada la directora de turismo de Choachí	83
Anexo 2: Estructura de encuesta realizada a habitantes de Bogotá	90
Anexo 3: Estructura entrevista realizada a los prestadores de alojamiento con RNT en el municipio	93

GLOSARIO

Acto comunicativo: Es la unidad más pequeña que puede formar parte de un intercambio comunicativo que puede emitir una persona con un propósito específico. Puede ser un gesto o una simple palabra.

Dialéctica: 1. Ciencia que trata de las leyes más generales del desarrollo de la naturaleza, de la sociedad y del pensamiento humano. 2. f. Arte de dialogar, argumentar y discutir.

Folclor: Conjunto de costumbres, tradiciones y manifestaciones artísticas de un pueblo

Identitario: Relacionado con las características individuales y propias de cada persona y, además, a las que las unen a un conjunto de personas con las que se comparten unas características determinadas

Idiosincrasia: f. Rasgos, temperamento, carácter, etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad.

Obra autoral: Creación original, producto de la inspiración o inteligencia de su autor, quien la expresa de forma tal que se puede ubicar en el campo del arte, la literatura o la ciencia y la fija en algún soporte para su publicación.

INTRODUCCIÓN

El municipio de Choachí – Cundinamarca por lo general recibe un número significativo de turistas los fines de semana, siendo los termales y la gastronomía la principal motivación para visitar el municipio; razón por la cual se generan recomendaciones para la realización de estrategias de promoción turística el cual incentive la divulgación y promoción de las festividades celebradas, expresando la importancia de fortalecer la oferta y demanda turística del municipio.

Es por lo anterior que mediante la identificación de las fiestas y ferias que se realizan actualmente en el municipio de Choachí, se deduce la necesidad de reconocerlas en el ámbito regional, generando cierto interés en los turistas; teniendo en cuenta ciertos conceptos, referencias y antecedentes, que sirven como apoyo y que demuestran la importancia de la identidad cultural de los habitantes de un territorio por medio de las celebraciones que se realizan en su interior.

El documento se divide en cuatro capítulos, los cuales están conformados de la siguiente manera: En el primer capítulo se describe la problemática del municipio de Choachí al no utilizar las celebraciones culturales como oferta turística; en el segundo capítulo se hace una recopilación de antecedentes y conceptos que facilitan analizar la información sirviendo de base para ampliar la investigación; en el tercer capítulo se hace referencia a la metodología utilizada, los instrumentos de recolección de datos y las técnicas utilizadas para el análisis de los mismos y así dar cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos.

Por último se materializan los resultados obtenidos al concluir que el municipio puede ampliar la oferta turística a través del turismo cultural debido a las celebraciones que se mencionan en el presente proyecto, así mismo que existe demanda que está dispuesta a invertir en las actividades culturales del municipio, sin embargo se realizan recomendaciones en la forma de divulgación, publicidad de dichas ferias y fiestas.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Choachí tiene como visión que Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca (2012) “Para el año 2020 el Municipio debe estar constituido totalmente como un eco parque, diseñado y construido con el fin de darle el adecuado uso y/o manejo de los recursos naturales que ofrecen los ecosistemas que se encuentran en el Municipio y la Región, convirtiéndolo en un lugar ideal para la práctica de actividades educativas, investigativas, recreativas o de esparcimiento y por ende el desarrollo de turismo responsable”, (PP. 124-126).

Debido a lo anterior se resalta la vocación turística que tiene el territorio sobre atractivos naturales, ya que cuenta con la cascada La Chorrera siendo esta la más alta de Colombia y dos termales (Balneario Los Volcanes y Balneario Santa Mónica), frecuentados por la comunidad circunvecina, sin embargo, las debilidades expuestas en la matriz DOFA del EOT Esquema de Ordenamiento Territorial Municipal (2010) “reflejan la poca preservación de los recursos naturales, la no existencia de tradiciones culturales arraigadas, la falta de identidad cultural y finalmente el desconocimiento de competencias municipales en materia ambiental”(PP. 52-59) .

Por otra parte existen manifestaciones culturales tales como ferias y fiestas que no han sido documentadas y no se han tenido en cuenta para el desarrollo de la promoción turística de la región, por lo cual se pretende que la fiesta de la semana cultural celebrada en conjunto con el aniversario de Choachí, fiesta de La Virgen del Carmen-fiesta del campesino y las tradicionales ferias y fiestas sean un elemento para promocionar turísticamente el municipio de Choachí.

A partir de lo anterior, se deduce la necesidad de contar con nuevos signos de identidad local reconocidos por la comunidad chiguana y visitantes.

1.2. Pregunta de investigación: ¿Cómo se puede potenciar el reconocimiento de las ferias y fiestas que se realizan en el municipio de Choachí?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Generar estrategias de promoción turística a partir de la identificación de las ferias y fiestas del municipio de Choachí.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Registrar las ferias y fiestas existentes en el municipio, mediante las fichas de inventario
- Determinar la potencialidad de las manifestaciones culturales existentes
- Formular estrategias de promoción turística a través del análisis de la información recolectada

1.4. JUSTIFICACIÓN

El turismo entre el año 2010 y 2016 presentó un crecimiento del 95% generando un mayor ingreso de divisas representado en un aumento del 52%, por lo cual la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Claudia Lacouture afirmó que “Hoy podemos decir que el turismo es el motor que está impulsando el crecimiento en las regiones”. Además de destacar la implementación de acciones para el fortalecimiento del turismo en el país. (“Colombia supera cifra de 5 millones de viajeros extranjeros en 2016”, 2017)

(Compendio de políticas culturales, 2010) “Es claro que un país de regiones disímiles como Colombia necesita fortalecerse desde su diversidad para darles cabida a todas sus manifestaciones y que en la medida en que la cultura se afiance, será más claro el concepto de lo que somos como sociedad”, (p 10). Para ello la presente investigación aborda las ferias y fiestas que se realizan en el municipio de Choachí - Cundinamarca pretendiendo que estas sean promocionadas y reconocidas por la comunidad circunvecina.

En primer lugar el municipio ha demostrado interés en el sector cultura, planteando que: “para el municipio de Choachí tiene como propósito garantizar los valores culturales y desarrollar actividades orientadas a estimular el arte y la expresión cultural, especialmente en los niños y jóvenes. En este sentido el municipio ha venido desarrollando metas contempladas dentro del plan para lograr el objetivo señalado, como ejemplo claro de ello es que para el año 2012 el sector cultura asignó \$172.310.000 del rubro cultura y \$2.965.706 fueron financiados con recursos propios del municipio, demostrando así los esfuerzos por fomentar apoyo y difusión de eventos y expresiones artísticas y culturales. (“Informe de gestión municipio de Choachí Cundinamarca”, 2012-2015, PP 27-30).

Por lo anterior el presente trabajo enfoca sus esfuerzos en crear estrategias de promoción turística que incentiven la participación de los visitantes en las celebraciones culturales del municipio, pretendiendo de igual manera demostrar la relevancia del valor histórico cultural. Teniendo en cuenta el artículo 8 de la Ley 1185 del 2008, Las Manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial son todas las prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales que las comunidades y los grupos reconocen como parte integrante de su identidad y memoria colectiva. Se trata, en consecuencia, de un conjunto dinámico y complejo de procesos sociales, prácticas, valores y bienes que la sociedad recrea, enriquece y transmite como parte de su identidad.

Por consiguiente, se pretende que los visitantes conozcan y se interesen en participar en las ferias y fiestas, causando así la integración y el reconocimiento de los procesos relacionados con el sector, la evolución de la perspectiva y empoderamiento de la comunidad chiguana en su territorio, dando así elementos para la promoción de la actividad turística en el municipio, rescatando tradiciones, costumbres y hábitos que han perdido importancia a través de los años o que han desaparecido por falta de voluntad política o desinterés de los habitantes.

Teniendo en cuenta lo anterior el municipio de Choachí tiene potencial turístico cultural, razón por la cual se tiene la necesidad de documentar dicha información; en aras de que la comunidad receptora y los prestadores turísticos del municipio aprovechen los recursos existentes y se logre diversificar las actividades turísticas del mismo, buscando que el territorio no solo sea reconocido por turismo de naturaleza.

CAPÍTULO II

2. ANTECEDENTES

En la recopilación de información pertinente para el trabajo en curso se destacan las siguientes investigaciones:

2.1. Antecedentes Internacionales

2.1.1. Con relación a la presente investigación, se cree oportuno tener en cuenta el **“Plan estratégico de marketing para el desarrollo del turismo cultural”**, el cual se realizó en la zona central del Salvador, por Emma Teresa Pliego Molina, Jorge Benjamín Rochac Meléndez y Miriam Beatriz Tobar Hernández, en el año 2001, planteando el objetivo de “conocer si existe oferta y demanda para el desarrollo de la tipología cultural en la zona central del Salvador”, realizando un estudio exploratorio, donde las técnicas de investigación utilizadas fueron la encuesta y la entrevista, lo que conllevó a percibir el marketing como un instrumento para estimular el incremento de la actividad turística convirtiéndola altamente rentable para todos los sectores involucrados, específicamente el ámbito cultural.

Como producto de la investigación se obtuvo un Plan Estratégico de Marketing, el cual contiene objetivos, análisis, estrategias y una propuesta de control de actividades con el cual lograr impulsar el turismo cultural para que éste cumpla la función de generar divisas para la economía salvadoreña, incentivando la inversión en el rubro.

2.1.2. Con el fin de poder entender la importancia de las festividades en un municipio, se tiene en cuenta la siguiente investigación, debido a su similitud con el municipio de Choachí en cuanto a características culturales **“El carnaval como forma de diferenciación social en San Nicolás de Bari, Panotla, Tlaxcala”** escrito por Fernando Martínez Vásquez y publicado en el año 2006, en

el cual se caracterizaron las celebraciones culturales del municipio, usando la metodología cualitativa a partir de la observación de dos grupos, siendo uno de ellos, los protagonistas del carnaval y el segundo los participantes, por lo cual objetivo principal consistió en explicar el carnaval de San Nicolás de Bari, como una práctica de diferenciación social; reflejando la importancia de las fiestas, ya que son prácticas que unen a las comunidades a través del reforzamiento de valores, concluyendo así que las fiestas son un distintivo independiente y que presenta mecanismos de diferenciación social a causa de las tradiciones, bailes, comidas, máscaras, etc.

2.1.3. Por otra parte se encontró el informe de investigación titulado *“Puesta en valor del intangible de la fiesta de la Virgen de la Caridad de la ciudad de mira”* elaborado en Ecuador por Vanesa Moran, en septiembre de 2011; en el cual se planteó como objetivo principal concienciar al pueblo católico sobre el rescate de las costumbres y tradiciones de la ciudad de Mira, proponiendo así mismo la elaboración de una guía explicativa e informativa de las actividades festivas en honor a la Virgen de la Caridad.

Por lo que la investigación se proyectó en torno a tres técnicas de investigación, la observación, la encuesta y la entrevista; permitiendo analizar a los individuos en pro de examinar las actividades propias del convivir, realizando de igual manera entrevistas estructuradas y no estructuradas, considerando las opiniones, criterios, información y orientaciones de expertos y personas vinculadas con la investigación; concluyendo así que el turismo en la ciudad de Mira ayuda al desarrollo humano y económico, celebrando actividades propias de la ciudad, incrementando la afluencia de turistas que aportan a la conservación y preservación de las costumbres y tradiciones

Obteniendo como resultado que no existe una adecuada publicidad y promoción de los eventos que se realizan al interior de la fiesta de la Virgen de la Caridad, de igual manera en la ciudad de Mira no hay una infraestructura hotelera razón por la cual los turistas no pernoctan, ya

que una de las dificultades es la inseguridad que ha presentado un aumento considerable lo que resulta desfavorable para las festividades.

2.1.4. De igual manera el informe *“Celebración de fiestas populares en la escuela”* de la Universidad de Girona, del año 2012 que estuvo bajo la responsabilidad de Joan Teixidó Saballs, denoto como desde la escuela se puede inculcar la importancia de conocer y comprender la cultura del lugar donde se convive, incorporando de esta manera las festividades tradicionales de la región en la escuela, con el fin de conocer y compartir las diversas experiencias de organización y desarrollo de fiestas tradicionales y manifestaciones populares, favoreciendo así el conocimiento y el intercambio entre los participantes.

Utilizando como método de trabajo una aproximación científica y una aproximación naturalista en la cual la primera se basa en la recopilación y análisis de información mediante la utilización de libros, investigaciones y artículos que estuviesen relacionados a las celebraciones y la segunda se basa en la realización de ocho relatos de experiencias prácticas que suministran información contextualizada, obteniendo como resultado que la celebración de fiestas tradicionales tiene diversas finalidades en la escuela, alcanzando hacia una acción educativa y comunitaria.

Las anteriores investigaciones aportan al presente trabajo de grado debido a que denotan la importancia de las festividades de un territorio en el desarrollo del turismo y cómo esto ha llevado a la generación de propuestas y planes estratégicos que permiten la integración del contenido cultural e histórico que identifican y diferencian a países y/o regiones del mundo, transmitiendo los conocimientos y rasgos de generación en generación, evitando la pérdida de identidad cultural y aprovechando los recursos culturales con el fin de que sea un factor de ingresos y reconocimiento para la población a nivel local y regional.

2.2. Nacionales

2.2.1 En primera instancia es oportuno para la investigación obtener información veraz, por ello el *“Plan de desarrollo turístico municipal de Choachí (2011-2020)”* es fundamental para obtener datos reales y específicos del municipio y por tanto de la actividad turística. Con la participación de la comunidad, el sector público y privado; de acuerdo con las metodologías establecidas en la ley 300, se planteó el objetivo general de realizar la planificación turística en aras del desarrollo sostenible, ambiental, económico y social, integrando las cadenas de valor existentes, además de impulsar el proyecto de convertir los predios minifundistas del Municipio en sitios turísticos donde el campesino obtenga ingresos sin la necesidad de cambiar de actividad, para que el turista disfrute de la experiencia real del campo Chiguano y de su cultura.

Así como también pretende fortalecer escenarios culturales de patrimonio inmaterial: las arepas de maíz pelado, los envueltos, las fiestas de aniversario del municipio, el cocido chiguachía y el pan de sagú, la fiesta de integración campesina y el Reinado de la cultura chiguana. Intervenciones a realizar para la potencialidad turística

2.2.2. De igual manera se tuvo en cuenta la fiesta folclórica y cultural más importante de Colombia *“Carnaval de Barranquilla como escenario de movilización social, reconocimiento, igualdad e imaginarios sociales”*, realizado por Eder Francisco Cabrera Peña y Diana Victoria Quintero Acosta, publicado en el año 2007; siendo un referente importante debido a que es patrimonio oral e inmaterial de la humanidad, declarado por la Unesco en el año 2003, por lo cual el trabajo de investigación tuvo como propósito establecer que el Carnaval de Barranquilla se constituya como un escenario de movilización social, reconocimiento e igualdad.

El estudio que se empleó fue bajo una metodología cuantitativa, utilizando encuestas y obteniendo como resultado que más que una fiesta, es un sentir, una forma de vida, una pasión, convirtiéndose así en un referente de identidad y cultura; concluyendo que existen imaginarios

sociales y referentes de concepciones del carnaval elementos como la canción, Te Olvidare, los colores amarillo y rojo, a un mensaje de alegría percibido en todo momento, a dos personajes destacados Estercita Forero y María Moñitos convertidos en sus íconos y sin duda que la frase más llamativa “quien lo vive es quien lo goza”.

Por otro lado los observadores y actores consideran de mucha importancia al Carnaval de Barranquilla, ya que para ellos no es una simple recocha o mamadera de gallo, es más bien una forma de vender la ciudad, y de tener un referente cultural, de fortalecer el sentir costeño a través de su identidad, una forma de integración, un espacio donde se albergan diferentes manifestaciones culturales y sobre todo un evento que es resaltado como lo más sobresaliente de Colombia en cuanto a esta clase de fiestas.

2.2.3. La siguiente investigación gira entorno a una celebración declarada el 30 de septiembre de 2009 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad “*Construcción de identidad en el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Nariño*”. Elaborada por Ana María Orjuela Álvarez en el año 2012, quien realizó la documentación de las celebraciones de cada año, utilizando herramientas metodológicas cualitativas y teóricas para su análisis.

El interés central del trabajo fue rastrear la manera en que un grupo de individuos representan un sentido sobre sí mismos y sobre el entorno que los rodea, construyendo sentido de pertenencia entre la comunidad en general. Por lo cual se observaron transformaciones del carnaval durante el periodo escogido, en un proceso social el cual se fue consolidando el carnaval como un espacio cultural central en la vida de la ciudad, donde los artesanos jugaron un papel determinante en la construcción de la esencia de esta fiesta a partir de la construcción simbólica de la identidad desde el lenguaje estético, representado en las carrozas ya que son las figuras que resaltan las características propias de la región.

Los anteriores proyectos e investigaciones nutren la presente investigación debido a que sus características conllevando a una perspectiva más cercana a la realidad, facilitando herramientas que permitan el adecuado desarrollo de la investigación y así mismo brindan estrategias de promoción turística enfocadas al contenido cultural, conllevando a fructificar el objetivo del presente trabajo a través de la ejemplificación de conceptos, dinámicas e instrumentos de aplicación.

3. MARCO CONCEPTUAL

La presente investigación gira en torno a la identificación de la imagen e identidad del municipio de Choachí a través de las ferias y fiestas, facilitando nuevas ofertas para el mercado actual y así mismo la interacción de la comunidad receptora con la comunidad emisora, con el fin de ofrecer al turista diferentes actividades a realizar, por lo cual es importante analizar diferentes conceptos para nutrir la investigación desde diferentes autores y entidades que ofrecen las siguientes definiciones:

3.1. Calidad y turismo

Para el desarrollo de la investigación, se pretende generar recomendaciones para estrategias de promoción que permitan que las festividades que se realizan en el municipio de Choachí sean elementos que conlleven a que la calidad sea un factor determinante y que la dinámica que se genere entre calidad y turismo sea concertante además que las estrategias que se plantean permitan un continuo control de la misma. Siendo pertinente la posición de Altés (2001) se refiere a la capacidad de dar respuesta a las expectativas de los visitantes o turistas por un precio determinado y se mide por el logro de satisfacción de los mismos.

- La calidad no es un concepto universal. Los elementos de percepción de la misma varían con los públicos (cultura, necesidades...) y con cada cliente.
- La exigencia de calidad por parte del cliente aumenta con la experiencia.

- La calidad se juzga como un todo y en servicios es más difícil controlar, ya que el servicio está formado por diversos componentes y el cliente evalúa influido por cada uno de ellos. (p 253)

El propósito de los elementos anteriormente mencionados es poder generar calidad en el turismo cultural específicamente en el periodo de las festividades; desde todos los actores involucrados en la actividad turística permitiendo superar las expectativas de los visitantes en el municipio con buen servicio.

3.2. Carnavales

Marco de Marinis, 1977 afirma que es un espectáculo, un fenómeno significativo-comunicativo, complejo, multidimensional y sincrético que se compone de textos y subtextos de diversa materia expresiva (verbal, gestual, escenográfica, musical, etc.). Este fenómeno tiene, además, la particularidad de ser único e irrepetible, ya que su existencia depende de la materialización en un tiempo y lugar determinado y supone, por ello, la simultaneidad entre producción y comunicación, la relación en el “aquí y ahora” entre sus participantes, así como la presencia física de emisores y receptores.

Se deduce del anterior concepto; la forma en que ha cambiado el significado de carnaval, al igual que la importancia que se le ha dado tomando el concepto desde su complejidad, analizando cada elemento y cada factor que incide en el lugar que se realiza la celebración, teniendo en cuenta que es un espectáculo único e irrepetible generando al turista una experiencia ya sea positiva o negativa.

3.3. Competitividad turística

Es preciso anotar que la presente investigación quiere que por medio de la generación de recomendaciones para estrategias de promoción turística, los recursos turísticos del municipio tengan un reconocimiento no solo natural sino cultural, fortaleciendo al municipio en ámbitos de competitividad turística lo que afirma Hassan (2000) “definiendo la competitividad turística como, la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”. Asimismo, Crouch y Ritchie (1999) la definen como, la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social.

La construcción colectiva puede mejorar y dar una perspectiva desde la complejidad se condensa en el MinCIT (2009), La competitividad se define como la capacidad que posee un país para crear un valor agregado que aumente los ingresos nacionales, a través de la integración de factores de orden económico, social y cultural en los procesos de globalización, que le permita alcanzar objetivos de rentabilidad y sostenibilidad de forma superior a los demás.

Tomando en cuenta lo anterior la competitividad es un componente fundamental que se debe desarrollar en todas las dimensiones sociales y culturales para la prestación del servicio generando como consecuencia la calidad en el turismo

3.4. Cultura

El contexto de la presente investigación gira entorno a la cultura que existe dentro de las festividades de Choachí, para ello es necesario referimos a Adam Kuper (2001) quien elabora

una historia interesante sobre la evolución del concepto de cultura, en la cual explica que esta palabra tiene su origen en discusiones intelectuales que se remontan al siglo XVIII en Europa, en Francia y Gran Bretaña, el origen está precedido por la palabra civilización que denotaba orden político (cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa). Lo opuesto era considerado barbarie y salvajismo. Este concepto se va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, por lo tanto, de la historia de las naciones que se consideran civilizadas, (PP. 42-47). El concepto evoluciona y se introducen niveles y fases de civilización, y el significado de la palabra se asocia a progreso material.

Hacia mediados del siglo XX, el concepto de cultura se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo. Para entender la diversidad de conceptos sobre cultura, entre 1920 y 1950 los científicos sociales norteamericanos crearon no menos de 157 definiciones de cultura (Kuper, 2001).

Así mismo Kuhn (1975) complementa la concepción anterior indicando que “la cultura es todo aquello que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, el lenguaje, la conducta y cualquier hábito o capacidad adquirida por el hombre por el hecho de ser miembro de la sociedad”(p 42), para poder entender las anteriores concepciones abordaremos otros factores que son relevantes en la cultura, comportamiento social que se traduce en los hábitos, valores y actitudes que conforman las costumbres de una sociedad siendo parte fundamental de su cultura, estos dados por el aprendizaje ya que es algo vivo y modificable debido a que una sociedad con el tiempo adquiere nuevas costumbres, desecha algunas y mantiene otras, por otro lado la historia es un factor de gran importancia para el estudio de la cultura, pues muchas decisiones y mitos nacionales se establecen como tales en ciertos momentos de la historia, para finalizar encontramos inmersa la manera tradicional de hacer las cosas lo cual implica los métodos de trabajo, los enfoques de producción la manera en que se atiende un visitante, la forma en que las personas deciden como vivir son costumbres heredadas

y parte fundamental de lo que se considera cultura. Estas enseñanzas se transmiten de una generación a otra y crean un valor compartido que integra la identidad de una sociedad.

En este sentido se puede afirmar que cada sociedad tiene su cultura, su forma de hacer las cosas, sus valores y su historia, lo cual se traduce en un estilo de vida y de comportamiento. Luego de todo lo anterior Salzmán (1977) realiza algunos aportes significativos a su definición la cultura como “la totalidad del comportamiento social aprendido que ha distinguido a la humanidad durante el curso de su historia” en termino más precisos, cultura también significa “la manera tradicional de hacer las cosas en una sociedad determinada (PP. 40-43) .Concluyendo que es de vital importancia la generación de identidad cultural en un territorio, la cual permita un reconocimiento distintivo que proporcione un punto de equilibrio entre la oferta entendida como la que produce, vende productos y servicios, y la demanda la que compra y consume los servicios.

Ahora bien, se cree oportuno considerar los elementos que contempla la UNESCO, Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, octubre 2005; Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo, 1998; Convención de la Haya, 1954. Realiza la definición de los siguientes conceptos:

3.4.1. Diversidad cultural: Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales.

3.4.2. Contenido cultural: Sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan.

3.4.3. Expresiones culturales: son las expresiones resultantes de la creatividad de personas, grupos o sociedades que poseen un contenido cultural

Como resultado de lo anterior se puede deducir la complejidad entorno a la cultura, el arraigamiento de la idiosincrasia de un pueblo, demostrando así la relevancia que tiene el poder transmitir las expresiones culturales de generación en generación para lograr no perder la identidad y contenido del mismo, enfocando en las ferias y fiestas como el epicentro de un acontecimiento social que causa movilización ; por ello nos referimos a un reciente concepto Maglia & Graciela (2016) afirma que la Cultura Viva es “aquellas expresiones artísticas y culturales que surgen de las comunidades a partir de la cotidianidad y la vivencia de sus territorios .Las de formación humana ,política, artística, cultural que reconoce y potencia las identidades de los grupos poblacionales, el dialogo, la cooperación, la coexistencia pacífica y la construcción colectiva”, (p 82).

3.5. Feria turística

Según Acerenza (2005), “conjunto de puestos e instalaciones ubicados temporalmente en pabellones (llamados también recintos feriales) o al aire libre, para la exhibición, contratación y venta de productos y servicios turísticos”, (p 23) .En los inicios de las festividades del municipio de Choachi era en base a ferias equinas, agropecuarias y agrícolas; donde premiaban y negociaban a los animales demostrando la raza y la calidad de los mismos.

Dentro de las festividades existen actividades entorno a ofrecer alimentos animales, atractivos, etc. Es por ello que Rafael Muñoz (2014) afirma que: “La feria como herramienta estratégica de marketing es ser competitiva, seguimos pensando que las ferias son mercados vivos de operaciones comerciales. En ellas se encuentra concentrada «en vivo y en directo» la mejor fuente de información del sector, y son además el mayor centro neurálgico para poder intercambiar opiniones y tendencias. Por ello son herramientas que han de usarse de una forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de una empresa”, (PP. 278-281).

Rafael Muñiz (2014) “Las ferias dependen de su antigüedad, su reconocimiento dentro del sector, su dimensión nacional o internacional, su periodicidad, y lo que es más importante, su poder de convocatoria, ya que, evidentemente, cuando se realiza un esfuerzo económico como el exponer en una feria, el ratio del coste por impacto real ha de ser medido cuidadosamente y lo suficientemente rentable para quien realiza esa inversión”, (p 286). En ese orden de ideas las ferias son de vital importancia por que dejan apreciar su cultura y su lo que fue su economía en épocas anteriores.

3.6. Fiestas

Según el compendio de políticas culturales, (2010) las fiestas son acontecimientos sociales y culturales periódicos, de carácter participativo, con fines lúdicos o ceremoniales, que se realizan en un tiempo y un espacio con reglas definidas y excepcionales, generan regocijo y cohesión social, tienen un significado y un simbolismo especial y contienen elementos constructivos de identidad de un grupo o comunidad. Las fiestas ponen en escena, en un ambiente lúdico, los problemas y prejuicios sociales y también la contracultura, permitiendo que “[...] lo social se vuelva máscara, icono, objeto de reverencia o, por lo contrario, de burla y sarcasmo”. Este apartado comprende tradiciones asociadas a carnavales y fiestas populares; fiestas patrióticas que conmemoran eventos históricos o que exaltan la presencia de un grupo humano; fiestas relacionadas con frutos y cosechas o algunas actividades productivas, o las dedicadas a animales y a tradiciones asociadas a fiestas patronales y religiosas de carácter festivo — por ejemplo, los diferentes festejos de la navidad — y las dedicadas a exaltar una tradición gastronómica o artesanal. También comprende desfiles, comparsas y afines, y celebraciones religiosas (p 273).

El acontecimiento de las festividades en un pueblo es un escenario en el cual se pretende transmitir el contenido cultural donde La fiesta, según Antonio Ariño: Se define en relación “dialéctica con la vida cotidiana, rompe con el tiempo de trabajo y sumerge a los participantes en un ambiente que propicia e intensifica interacciones emotivas; cultiva la paradoja al mezclar en

una síntesis, no exenta de tensión, el rito y el juego, la ceremonia y la diversión, el respeto a la tradición y la espontaneidad, lo espiritual y lo corporal, lo íntimo y lo público” ,(p 77).

Si bien cierto que la fiesta puede ser toda una ceremonia con una temática también implica otros factores que explica Casanova, podemos entender una fiesta como un estado mental compartido pues ella permite compartir sentimientos y creencias de un grupo identificado territorialmente. Las fiestas estructuran el calendario y el espacio de las sociedades, “La fiesta es un hecho social total, de expresión ritual y simbólica, sagrada y profana”.

Para finalizar es claro que es construcción colectiva que simboliza la historia jugando un papel muy importante debido a que se crean, combinan y desechan algunas fiestas para obtener las ferias y fiestas que hoy en día conocemos .Georg Gadamer (2008), es la representación de la comunidad misma en su forma más completa (...) la fiesta y la celebración se definen claramente porque, en ellas, no sólo no hay aislamiento, sino que todo está congregado.

Las fiestas como eje central de la investigación se puede afirmar que son una celebración que representa y simboliza una dinámica social ,económica o política de la historia del territorio, razón por la cual se pretende promocionar las fiestas de Choachí demostrando la importancia cultural que tienen.

3.7. Manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial.

De acuerdo con el artículo 8 de la Ley 1185 del 2008, son todas las prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales que las comunidades y los grupos reconocen como parte integrante de su identidad y memoria colectiva. Se trata, en consecuencia, de un conjunto dinámico y complejo de procesos sociales, prácticas, valores y bienes que la sociedad recrea, enriquece y transmite como parte de su identidad.

3.8. Manifestaciones culturales

Las manifestaciones culturales son, por naturaleza o por definición, actividades públicas cuya característica radica en producir un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se identifica. La condición fundamental radica en su estado público sin el cual no se pueden cumplir las condiciones identitarias. De ahí surge un serio cuestionamiento a la obra de arte, literaria o artesanal, cuya existencia, como manifestación cultural, sólo adquiere vigencia cuando se la comunica, cuando adquiere estado público. La obra autoral pasa a ser cultura en el momento que participa de un proceso de comunicación. De ahí el valor de la galería, del museo, de la sala de conciertos, de la publicación y del acto de lanzamiento de una obra literaria. AUSENP (Asociación de Universidades del Sur del Ecuador y Norte del Perú, 2000)

(Compendio de políticas culturales, 2010) “Muchas manifestaciones, como los carnavales y fiestas populares, expresan tensiones entre elites sociales, grupos de interés y amplios sectores de la población. La apropiación de las manifestaciones por las elites, la exclusión y privatización de las mismas, y la creciente banalización y comercialización de su acceso o disfrute, tiende en ocasiones a desvirtuar su naturaleza”, (p 255) es por ello que es fundamental entender la diferencia de los conceptos anteriormente mencionados.

3.9. Municipio

Según Boullón (2006) afirma que: El término Municipio se designa a los diferentes tipos de organizaciones políticas cuya función es administrar los intereses particulares de comunidades asentadas en el territorio de un país. Cada una de esas comunidades está integrada por individuos ligados por relaciones de proximidad entre sus domicilios y por las normas socialmente aceptadas y políticamente sancionadas. Los municipios se caracterizan por contar con una población residente y un territorio sobre el cual ejercen su jurisdicción. Ambos elementos,

territorio y población, son las variables que se emplean para definir los distintos tipos de municipios.

Según el territorio ocupado, existen dos tipos de entidades municipales:

- El municipio urbano
- El departamento, condado o partido. (P. 37)

En Colombia el concepto está reglamentado bajo la **LEY 136 DE 1994**: El municipio es la entidad territorial fundamental de la división político administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa, dentro de los límites que señalen la Constitución y la ley y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio.

Debido a las anteriores percepciones se puede afirmar que el municipio está en obligación de promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes, por lo cual uno de los ejes de la investigación es la cultura, para el aprovechamiento de todas aquellas manifestaciones culturales, sin embargo es un factor que Choachí ha dejado a un lado, enfatizando en el ecoturismo como lo afirma el PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE CUNDINAMARCA, 2012 con atractivos como los Termales de Santa Mónica y La Chorrera (la cascada escalonada más alta de Colombia), siendo una de las fuentes de ingresos más importantes según el POT,(p 381).

3.10. Promoción

En la presente investigación la definición de promoción es indispensable ya que además de identificar las ferias y fiestas del municipio se pretende promocionar el municipio a través de las

mismas, puesto que la promoción juega un papel importante frente a la oferta de diversos lugares y destinos turísticos.

Según Acerenza (2005) afirma que “La promoción es una de las variables que, conjuntamente con el producto, el precio y la plaza (entendida esta última como todos aquellos aspectos relacionados con la distribución del producto), conforman lo que se conoce como la *combinación de marketing*. Por tanto, la promoción no es una actividad aislada del proceso de marketing, sino que forma parte integral de éste y, como tal, debe responder a las directrices que se establecen en el plan de marketing, debido a la estrecha relación existente entre el mercado o mercados que se desean conquistar, y la combinación del marketing que se emplea para la captación de dicho mercado”. (P. 9). Entonces es claro que la promoción no solo se trata de campañas publicitarias, ni de folletos es todo una herramienta proveniente del marketing que permite la comunicación comercial para acceder a nuestro nicho de mercado.

De esta manera la investigación pretende articular la promoción y la diversificación de la oferta turística, contemplados las festividades de Choachí como una diferenciador del municipio, razón por la cual abordamos a Acerenza (2005) quien afirma que: “La intensa competencia que caracteriza a los mercados turísticos en la actualidad, ha convertido a la promoción en una de las actividades clave en los esfuerzos que se realizan para la captación de turistas. La importancia de la promoción es tal, que en ella se emplea la mayor parte del presupuesto de los organismos de turismo encargados de promover la oferta de los destinos turísticos. Por tanto, es necesario tener buen conocimiento de la promoción y de sus instrumentos, para usarlos de la mejor manera”, (PP. 29)

La promoción como estrategia de marketing es una buena herramienta para conquistar o atraer a nuevos mercados, es por ello que se necesita para generar recordación una imagen positiva del municipio y la dinámica que se genera en las ferias y fiestas para el reconocimiento de las actividades y de la mismas como signo de identidad e imagen para los turistas.

3.11. Promoción Turística

Según Acerenza (1996) afirma que: “Es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing” (P.52)

3.12. Plan de marketing

Según Altés (2001): El plan de marketing es una guía para la acción, la mejor planificación estratégica, la más completa y sofisticada, siendo fundamental el diseño la articulación, ejecución y control de las acciones concretas y específicas que, en coherencia con las estrategias adoptadas, permitirán alcanzar los objetivos generales, (p 33). El plan pone en movimientos todas y cada una de las formulaciones más o menos abstractas y generales establecidas en el proceso de planificación estratégica, en forma combinada, sistemática y ordenada.

3.13. Recursos turísticos

Según Altés (2001) afirma: que los recursos turísticos se distinguen en tres grupos:

- A. Recursos relacionados con la naturaleza. Aquellos que tienen que ver con el agua, tales como mares y playas, lagos, ríos, cascadas, cataratas, fondos marinos; o los relativos de la tierra y su ecosistema: paisajes, valles, montañas, desiertos, flora y fauna, etc.
- B. Recursos relacionados con la historia. Vestigios y patrimonio cultural: iglesias, abadías, catedrales, palacios y castillos, fortalezas, ciudades monumentales, puentes, acueductos, conjuntos arqueológicos o artísticos, obras de artes y museos etc.
- C. Recursos relacionados con la cultura viva. Están formados por las diferentes manifestaciones propias de un modelo cultural: formas de vida tradiciones, gastronomía,

folklore, manifestaciones técnicas, artísticas y culturales contemporáneas, fiestas y celebraciones, etc. (P 27)

SECTUR (2002), los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico.

Es fundamental para la investigación la identificación de los recursos relacionados con la cultura viva, ya que con estos se podrá potencializar y promocionar la oferta turística de Choachí de una forma planificada que logre cautivar tanto los nacionales como internacionales y generar una experiencia satisfactoria.

3.14. Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

La cultura viva de los pueblo sea podido exponer a través del fenómeno del turismo , sin embargo para lograr su comprensión no se puede olvidar las relaciones que se dan dentro del ámbito turístico , para ello el instituto mexicano de relaciones turísticas “es el conjunto de

relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa” (Ramírez,1981) . Con respecto a lo anterior se puede ver cómo ha evolucionado el concepto para llegar a contemplarlo como un fenómeno que cada día genera diferentes condiciones en las dimensiones social, ecológica, económica y cultural.

Analizando las dos concepciones, se puede decir que el concepto de turismo tienen una misma finalidad, que el visitante se desplace a un destino diferente al de su residencia y pueda hacer uso de toda la cadena de valor del sector, independientemente de su motivo de viaje. Como se mencionó una de las similitudes entre las dos definiciones es que debe existir un interés o un motivo que haga que el visitante se desplace, por lo anterior del turismo aparecen las tipologías que agrupan y clasifican características, gustos similares para la creación de una temática, por lo cual para nuestra investigación nos enfocaremos en la tipología cultural como eje central de la investigación.

3.15. Turismo Cultural

Es la absorción del turista de las características que asemejan al desvanecimiento de los estilos de vida de sociedades pasadas, que observan tales fenómenos como estilos de casa, artesanías, equipos de granja y vestidos. Abarcaba en el momento de construcción de la tipología desde lo ‘pintoresco’ y el ‘color local’, los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos, pudiendo incluir ciudades o espacios donde se desarrollaran los acontecimientos a resaltar. Smith (1992)

El ICOMOS (Internacional Council of Sites and Monuments)1999 define el turismo cultural, siguiendo las directrices de la WTO, como "un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación".

Bachleitner y Zins (1999) consideran que el turismo cultural ha sido estimulado por los siguientes factores:

- a) La discusión ecológica, que vehementemente ha desacreditado y malignizado el clásico turismo recreacional como destructor de los recursos naturales y el paisaje en la Europa densamente poblada.
- b) La forma de organizar las vacaciones.
- c) La posibilidad de ofrecer la cultura como una experiencia individual, que alimenta el sentimiento de lo único y estimula una forma de 'recordar' en un viaje de aventuras al pasado,(p 54).
- d) Disociado del turismo de masas, su consumo se ha vinculado a la posibilidad de realizar 'distinciones sociales', pasando de ser exclusivo de las clases acomodadas a popularizarse como una ambición que, teóricamente, garantiza el prestigio social.

A partir de lo anterior se puede deducir que el turismo cultural tiene como esencia mostrar la identidad de un territorio por medio de manifestaciones culturales materiales e inmateriales con el fin de rescatar y promover la memoria de un determinado territorio.

CAPÍTULO III

4. Metodología aplicada

4.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar en el presente trabajo se define como mixta ya que permite indagar las dinámicas turísticas del municipio desde las diferentes perspectivas de la comunidad receptora, con el fin de conocer las diversas representaciones a nivel cultural que los chiguanos tienen sobre su municipio, así como por otro lado determinar la oferta existente del municipio a través de la recolección de datos cuantitativos bajo la metodología de Roberto Hernández Sampieri, (2006) “El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”,(P 755) ; ya que nos permite tener ventajas como una medición más controlada, interpretación objetiva de los resultados y datos sólidos numéricos.

4.2. Diseño de la investigación

Creswell (2005) señala que los diseños mixtos logran obtener una mayor variedad de perspectivas del problema: frecuencia, amplitud y magnitud (cuantitativa), así como profundidad y complejidad (cualitativa); generalización (cuantitativa) y comprensión (cualitativa). Miles y Huberman (1994) denomina "mayor poder de entendimiento", (PP 756-758).

En la recolección y análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, ambas actividades son concurrente en el desarrollo de la investigación mixta por lo que se pretende indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables, en aras de identificar las manifestaciones culturales más representativas del municipio; por otro lado se revisará la manera

en que los prestadores de alojamiento promocionan su territorio, rescatando aquellos que destacan las manifestaciones como actividades en el ámbito cultural; de igual manera se realizará una entrevista a la directora de turismo con el fin de documentar cada proceso cultural que se lleva a cabo en la actualidad y la importancia de los mismos para la comunidad chiguana, para luego de esto recopilar toda la información para el planteamiento de las recomendaciones de un plan de promoción turística. Morse (2002) “Al combinar métodos, aumentamos no solo la posibilidad de ampliar las dimensiones de nuestro proyectó de investigación, sino que el entendimiento es mayor y más rápido”, (P 756).

4.3. Población muestra

1. Prestadores de servicios de alojamiento con registro nacional de turismo en el casco urbano de Choachí, Seis cumpliendo con esta condición.
2. Directora de turismo, con el fin de identificar las ferias y fiestas, así mismo la importancia a nivel local teniendo en cuenta el desarrollo de la cultura chiguana.
3. Residente de Bogotá, personas entre los 25 a 55 años, donde se analizará la potencialidad de las ferias y fiestas existentes por medio de la perspectiva de la demanda del municipio de Choachí.

4.4. Enfoque del trabajo

El diseño investigativo será transeccional descriptivo ya que Sampieri (2006) refiere que: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”,(208-2010), ya que tiene como objetivo registrar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables pretendiendo indagar y conocer las diversas perspectivas de las personas, en aras de identificar las manifestaciones culturales así como

proporcionar la descripción de las características de las ferias y fiestas que se desarrollan durante el año en el municipio teniéndolas en cuenta para así generar estrategias que permitan la promoción turística del mismo.

4.5. Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos a utilizar en esta investigación serán las siguientes:

En primer lugar se realizará un levantamiento de información sobre las manifestaciones culturales existentes en el municipio para luego de esto realizar una clasificación mediante la implementación de las fichas de inventario turístico según los parámetros dados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

4.5.1. Fichas de inventario

Se realizaran las fichas de inventario según la metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo, el cual indica el proceso de evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa). En este caso las festividades y eventos que realiza Choachí con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que haga viable su inclusión en el diseño de productos turísticos.

1. Revisión de fuentes secundarias: es importante revisar inventarios anteriores, planes de desarrollo turísticos, planes de desarrollo recientes, planes de ordenamiento territorial, investigaciones reconocidas.

2. **Conformación del equipo de trabajo (Grupo Técnico):** Se constituye en el soporte de todo el proceso pues es el encargado de la búsqueda, organización y análisis de la información.
3. **Familiarizarse con la guía y los formatos:** Es la guía para la elaboración del inventario: estructura, contenidos, criterios de valoración, forma de diligenciamiento de los formularios y la forma de entrega del informe final.
4. **Definición de las prioridades:** Sitios para visitar, materiales que se van a utilizar, equipos necesarios, recorridos.
5. **Trabajo de campo:** Debe programarse de manera adecuada la visita a cada uno de los atractivos de tal manera que la recopilación de la información se haga de manera eficiente y se realice la calificación en el sitio.

Los formularios de captura de información deben diligenciarse para cada atractivo. Todos los integrantes del equipo deben hacer la valoración y luego se hace una ronda para promediar el puntaje final. Una vez se han concluido la primera ronda de calificación, es recomendable que personas conocedoras del turismo pero con visión externa al lugar, hagan una segunda calificación, especialmente de los atractivos que obtuvieron un puntaje más alto.

4.5.2. Entrevista semi - estructurada:

Sierra Bravo (1994) plantea que en el diccionario de Sociología de Fairchil se define a la entrevista como: “La obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional”

Schatzman y Straus (1973) dicen: “En el campo el investigador considera toda conversación entre él y otros como formas de entrevistas. El investigador encuentra innumerables ocasiones para hacer preguntas sobre cosas vistas y oídas... las conversaciones pueden durar sólo unos pocos minutos, pero pueden conducir a oportunidades de sesiones más extensas”.

Teniendo en cuenta la clasificación de las entrevistas, se realizará una entrevista semi estructurada a la directora de turismo del municipio de Choachí y a los prestadores de servicios de alojamiento en el municipio, manejando un listado de preguntas abiertas, donde el entrevistado se pudra expresar libremente sin que se sienta obligado a responder en orden las preguntas, por lo cual se abordaran preguntas básicas a explorar, con el fin de conocer las principales ferias y fiestas que se realizan actualmente en el municipio, queriendo conocer la importancia, objetivos, actividades y finalidad de las mismas, tipo de turistas y aspectos negativos de la actividad.

4.5.3. Encuestas por muestreo: Para dar cumplimiento al segundo objetivo específico se aplicó a una fracción representativa de una población y una única vez en toda la investigación. Se analizará la opinión de los bogotanos al investigar por el potencial de las ferias y fiestas del municipio de Choachí.

Características de la población encuestada:

1. Personas entre 25 y 55 años.
2. Habitantes de Bogotá

Se realiza la encuesta según el cálculo tamaño de muestra para la población infinita con respecto a la proporción:

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Se elige la pregunta número 4 para calcular la proporción

P = proporción: $\sum a$ 4

$$\frac{\overline{N}}{N} = \frac{4}{10} = 0,4 = 4\%$$

Q= 1-p = 1-0,4 = 0,6 = 60%

E= Error máximo permitido 8%

Z= Nivel de confianza 90%

z =

$$\frac{1 - \infty}{2} = \frac{0,9}{2} = 0,45$$

Z= 1,64 según la tabla bajo la curva normal

$$\frac{N = 1,64 * 0,4 * (0,6)}{0,08} = \frac{0,64}{0,0064} = 100$$

Tamaño de la muestra: 100 encuestas a aplicar

Se realizaron 20 encuestas de prueba piloto lo que arrojó que de 10 encuestas 4 personas contestaron la pregunta 4 qué les interesa asistir a las ferias y fiestas de Choachí. A partir de allí se resolvió la fórmula de tamaño de muestra para la población infinita, que dio como resultado que se deben realizar 100 encuestas para determinar la potencialidad de dichas celebraciones del municipio.

4.6. Técnicas de análisis de datos

- **Captura, transcripción y orden de la información:** En el caso de las entrevistas es importante la transcripción de la información, teniendo en cuenta el uso de cámaras de video o de grabadoras de sonido.
- **Codificar la información:** De igual manera para el análisis de las entrevistas será útil organizar por categorías la información recolectada, ya que esto facilitara la obtención de resultados.
- **Integrar la información:** Finalmente se relacionara toda la información encontrada en el desarrollo de la investigación, para crear las recomendaciones para el plan estratégico de promoción turística

CAPÍTULO IV

5. RESULTADOS

5.1. Entrevista: Para el cumplimiento cabal del primer objetivo específico se realizó una entrevista a la directora de turismo del municipio de Choachí, profundizando en aspectos referentes a las festividades que se realizan en el mismo, indagando la representatividad tanto para los Chiguano como para los turistas, al igual que interrogar sobre las actividades que se realizan al interior de cada una de ellas, siendo información veraz y oportuna para la realización puntual de cada uno de los objetivos planteados, lo que permitirá más adelante aportar tanto conclusiones como recomendaciones finales para la investigación.

Razón por la cual, se tuvo en cuenta la realización de una entrevista como herramienta para conocer las festividades que se celebran actualmente en Choachí, efectuando así una entrevista semi estructurada la cual aunque utilizando un conjunto de preguntas básicas, fue portadora de respuestas apreciables para la investigación, ya que se enunciaron las principales fiestas del municipio.

Para el análisis de la entrevista se consideró pertinente la identificación y clasificación de unidades. Fulvio Sierra (2000) es el procedimiento por medio del cual se realiza la categorización y codificación de los datos. Se extraen los párrafos textuales de las entrevistas originales y se los agrupa en las categorías correspondientes. La categorización permite agrupar y clasificar conceptualmente las unidades que son cubiertas por un mismo tema. La categorización se realiza de manera simultánea con la separación de los datos de acuerdo a los criterios temáticos.

Allison (Entrevistador)

Eliana Zarate (Entrevistada)

Unidades de registro - Separación de temas:

▪ **Identificación de festividades y actividades de las mismas**

1.

¿Qué relación tiene la fiesta de la Virgen del Carmen con la fiesta del campesino?

La actividad que cuenta con la asistencia de la población rural del municipio es la fiesta de la Virgen del Carmen, razón por la cual dentro del programa de gobierno y dentro del mismo plan de desarrollo para el alcalde Álvaro Gutiérrez, fue importante unir a esta festividad la celebración del campesino puesto que la gente del campo es el único día que deja sus actividades diarias.

2.

¿Nos podrías contar las actividades que se realizan dentro de esta fiesta?

Durante la fiesta de la Virgen del Carmen se realizan caravanas dónde cada vereda realiza una carroza en homenaje a la Virgen del Carmen, las cuales son decoradas con los productos más representativos de cada vereda, incentivando que esta tradición no se pierda se premian a las mejores carrozas, de igual manera se hace una misa campal donde asisten más de 5.000 mil personas, bendiciendo los vehículos, a los conductores y se realiza la presentación de los niños a la Virgen del Carmen, por último se hacen actos culturales como la presentación de artistas tanto chiguanos como de otros lugares y concursos, esta celebración termina con una verbena popular.

3.

Teniendo en cuenta la importancia de las fiestas mencionadas para el municipio, ¿podría contar una breve reseña?

La fiesta de la Virgen del Carmen es una celebración muy tradicional que se realiza desde aproximadamente 50 años, donde toda la comunidad chiguana se reúne para rendir un homenaje a la Virgen del Carmen, siendo tradicional que las personas que tiene vehículos acompañen la caravana, estas caravanas son de unos 17 kilómetros, comenzando desde el sector conocido como La Peña, llegando hasta el municipio teniendo una duración de aproximadamente cuatro hora de recorrido, donde participan de igual manera los chiguanos que tienen empresas de transporte y que tienen.

En primera medida se indago por la relación que existe entre la celebración de algunas festividades puesto que, aunque son festividades totalmente distintas tienen cierta complementación entre sí, siendo una de ellas la participación tanto rural como urbana de la comunidad y de visitantes, resaltando la unión de los chiguanos por la preservación de sus costumbres al ser quienes organizan y realizan desde hace más de 50 años caravanas conmemorativas a la Virgen del Carmen y que a través de sus labores del campo son reconocidos e incentivados a participar en cada festividad.

- **Percepción sobre las festividades**

4.

¿Qué otras manifestaciones culturales cree usted que son importantes?

Para la actual administración el tema del rescate de todas esas tradiciones culturales, es totalmente importante, por lo cual se han realizado actividades como por ejemplo, veladas culturales, donde la idea es realizar de 3 a 4 veladas culturales durante el año, dando a conocer las manifestaciones artísticas y culturales del municipio desde las veredas, invitando a la comunidad rural y urbana para que cuenten historias, coplas, declamar una poesía propia del municipio, queriendo resaltar la cultura chiguana durante dichas actividades; durante la semana cultural que se celebra la último semana del mes de septiembre se invita a toda la comunidad a participar en una temática cultural, realizando comparsas, encuentros de poesía, música, danzas;

terminando la celebración el 29 de septiembre con el día de la celebración del aniversario del municipio.

¿El día del aniversario va dentro de la semana cultural?

Sí, es el último día de la semana cultural donde se pretende involucrar a toda la comunidad para que conozcan la historia del municipio puesto que para muchos es desconocida, queriendo rescatar las tradiciones y costumbres, radicando la importancia en el rescate de la cultura y las tradiciones.

Entonces podríamos decir que las veladas culturales ahorita pueden ser un recurso turístico que se puede convertir más adelante en atractivo

La administración le está apostando a la realización de las veladas culturales, pretendiendo que se realicen en complementación con otra actividad, involucrando a los habitantes y los turistas, incentivando la interacción cultural entre los mismo.

5.

De las anteriores manifestaciones culturales ¿cuál cree usted que atrae más turistas y por qué?

Una de las manifestaciones culturales que más llama turistas es la semana cultural la cual inicia un domingo, aprovechando la afluencia de turistas los fines de semana quienes quedan maravillados con las comparsas que sacan tanto los colegios, el grupo de adulto mayor, las juntas de acción comunal; de igual las tradicionales ferias y fiestas del primer puente de enero que fueron mediante acuerdo declaradas como patrimonio inmaterial del municipio, es un evento que atrae mayores turistas.

6.

A partir de su experiencia profesional, ¿cuál cree que se realiza de manera adecuada, teniendo en cuenta, logística, promoción y actividades?

Como municipio hacen su mayor esfuerzo, para que independiente de cual sea la actividad, el trabajo en equipo se vea reflejado, teniendo la mejor organización posible, de igual manera se resalta la existencia de algunas falencias que se tienen en la logística de algunas celebraciones.

Durante la entrevista se evidencio que para la actual administración es importante el rescate de las costumbres y tradiciones que se han perdido en el transcurso del tiempo, involucrando de esta manera a toda la comunidad en la participación de las festividades y manifestaciones culturales, realizando desde veladas culturales hasta festividades de otra índole tales como semana cultural y celebración de aniversario del municipio, realizando actividades de integración y de reconocimiento de la cultura chiguana, resaltando que en la semana cultural se evidencia mayor presencia de turistas ya que esta festividad da comienzo un domingo, teniendo en cuenta que el municipio es frecuentado los fines de semana; de igual manera la celebración de las tradicionales ferias y fiesta, atraen gran cantidad de visitantes, siendo estas declaradas como patrimonio cultural inmaterial en el municipio de Choachí, Cundinamarca, por lo cual cada una de estas festividades son organizadas de la mejor manera posible.

- **Futuras festividades**

7.

¿Nos puedes contar sobre el proyecto del festival del amasijo chiguano?

Es un proyecto que viene liderando directamente el alcalde, teniendo en cuenta que en el 2010 el municipio fue premiado, al otorgársele el premio nacional de gastronomía por parte del ministerio de cultura a un plato que es el plato chiguachía, el cocido chiguachía donde a raíz de la investigación que hicieron las tres personas que formularon este proyecto, dieron a conocer que era el plato que utilizaron durante la época de la dependencia, entonces para el alcalde es importante este proyecto puesto que los visitantes que vienen no es solamente por el tema turismo sino también movidos por el tema gastronómico, quienes disfrutan de pan de yuca, pan de sagú, arepas de maíz pelado, envueltos, tortas, por lo cual en el momento se está realizando una pre investigación, donde lo que se quiere lograr es que en un fin de semana al año se puedan tener 8 hornos de leña en el parque principal y que sean las personas adultas y también los jóvenes los que den a conocer el proceso del amasijo chiguano a los turistas, rescatando así la tradición de cocinar en leña y de preparar el amasijo.

8.

¿Existe algún proyecto o programa que incentive el aprendizaje de las manifestaciones culturales anteriormente expuestas?

A través de las escuelas de formación, se pretende crear una danza propia del amasijo chiguano donde se dé a conocer esa manifestación, al igual que a través de las diferentes asociaciones de turismo que se están manejando a nivel rural se está realizando un trabajo de recopilación precisamente de todas esas manifestaciones.

En cuanto a la gastronomía típica del municipio cabe destacar el cocido chiguachía y la fritanga, siendo esta última una de las razones gastronómicas por la que el municipio tiene afluencia de turistas los fines de semana, teniendo igualmente en cuenta lo relacionado con el amasijo chiguano como el pan de yuca, pan de sagú, arepas de maíz pelado, envueltos y tortas, ya que estos alimentos son elaborados por la comunidad chiguana y no se quiere perder esta costumbre, por lo cual se está desarrollando un proyecto relacionado a que los chiguanos sean quienes sigan elaborando estos alimentos y así mismo puedan enseñar al turista a prepararlos, generando así mismo la creación de manifestaciones culturales entorno a este proyecto.

9.

¿Crees que la divulgación o la promoción que se está haciendo en cuanto a las ferias y fiestas, a la Virgen del Carmen, es suficiente o existe digamos algunas falencias que tú veas desde la alcaldía?

El municipio cuenta con una oficina de prensa, de igual manera se utilizan las redes sociales y la página web del municipio, siendo esta la principal forma para dar a conocer todos los eventos y las actividades que realizan en el municipio, dando uso así mismo a la emisora institucional, informando a la comunidad de todos los eventos que se realizan, para alguna festividades como el caso de las ferias y fiestas se hace convenios durante esas fechas con emisoras de Bogotá y canales de televisión

Para finalizar se destaca la colaboración y el apoyo de la presente administración encabezada por el alcalde Álvaro Gutiérrez en cada una de las festividades del municipio, donde es primordial a través de actividades, festividades y eventos culturales el rescate de las costumbres y tradiciones que se han perdido con el pasar de los años, ya que los esfuerzos de publicidad se centran en medios de divulgación como uso de redes sociales, página de la alcaldía, oficina de prensa, radio y en algunos casos televisión, con el fin de promocionar las ferias y fiestas no solo a nivel regional sino nacional y hasta en un nivel internacional.

5.1.1. Entrevista a prestadores de servicio de alojamiento

Se realizaron 6 entrevistas a prestadores de alojamiento con registro nacional de turismo, presentes en el casco urbano de Choachí, hotel Choachí, hotel Girasoles, hotel Oasis, hotel Puertas del Sol, hotel Luna Nueva y aparta hotel Bellavista para poder desarrollar y dar cumplimiento al segundo objetivo propuesto en la investigación. Pretendiendo conocer el perfil del turista (edad, gustos e inversión) y la oferta actual del municipio.

Unidades de registro - Separación de temas:

1. ¿qué tipo de visitantes recibe en el hotel, extranjeros o nacionales?
2. ¿en qué rango de edad?
3. En qué festividad que se celebra en el municipio recibe mayor cantidad de visitantes, en las ferias y fiesta o en la semana cultura

Primordialmente se quiso conocer qué tipo de turistas se hospedan en los hoteles durante las festividades, siendo estos en su mayoría nacionales, teniendo en cuenta que también se hospedan extranjeros, entre edades de 25 a 60 años, prevaleciendo su participación durante las ferias y fiestas del mes de enero, donde se realizan diversas actividades.

6. ¿En su hotel se promociona de alguna manera las festividades?

7. ¿Considera usted que existe un apoyo en cuanto a promoción por parte de la alcaldía frente a las festividades?

Se quiso conocer si para los prestadores de servicios turísticos en este caso específico los hoteles que se encuentran en el municipio de Choachí con registro Nacional de Turismo, la promoción de las festividades que se celebran durante el año son un elemento importante en cuanto al desarrollo de su actividad y si ellos de alguna forma se interesan en promocionarlas, dando como resultado que ningún hotel realiza promoción y se hace referencia a que esto debe ser realizado por parte de la alcaldía, además conocer si ellos reciben algún apoyo de la alcaldía en cuanto a que se tengan en cuenta la promoción de los hoteles en el desarrollo de las ferias y fiestas teniendo que no hay ninguna política o apoyo por parte de este ente gubernamental; sin embargo se debe tener en cuenta que la alcaldía realiza la promoción de las ferias y fiestas en diferentes medios tales como la emisora con la que cuenta el municipio, el perifoneo en las carros y carteles que les ponen a las busetas.

5. ¿Qué aspectos negativos deja la llegada de visitantes al municipio?

4. ¿Cree usted que la existencia de las festividades incrementan la cantidad de turistas que se hospedan en su hotel?

Se indago sobre la perspectiva que los hoteles tienen sobre la realización de festividades en el municipio, en cuanto a saber si es beneficioso tanto para sus hoteles como para el municipio, por lo cual ellos consideran que el incremento de turistas durante la celebración de las festividades genera un incremento económico para su actividad de hospedaje puesto que en ocasiones los hoteles no dan abasto para tantos turistas, aunque se tiene en cuenta que aspectos como la inseguridad y el aumento de basuras en la calle incrementa durante el desarrollo de las ferias y fiestas.

5.2. Fichas de inventario

Para finalizar el primer objetivo específico se realizaron las fichas de inventario, documentando las tres festividades que se realizan en el municipio, en las cuales se plasmó la relevancia cultural y turística de cada uno para los Chiguano, resaltando que para la investigación estas celebraciones serán un elemento de diversificación de la oferta permitiendo la generación de estrategias de promoción

Teniendo en cuenta la historia del municipio, la cultura y los productos representativos de cada vereda, se identificaron las siguientes festividades:

En primera instancia retomaremos los orígenes de las festividades están representados en la manifestaciones de identidad de este pueblo Chiguano; los primeros nativos al adorar la luna e ir peregrinado hasta la laguna de ubaque, son la muestra más antigua de esta necesidad de trascendencia. Posteriormente durante la colonia, la religión católica la causa revolucionara del 20 de julio de 1810 y la naciente republica resulto una combinación de manifestaciones religiosas de la mezcla política-religiosa.

Fiesta del campesino

[Departamento de Cundinamarca, (2008)] Refiere que las fiestas religiosas dieron origen la fiesta del campesino:

A lo largo del año litúrgico, se celebran varias festividades en honor a los santos patrones, vírgenes o incluso aquellos momentos tradicionales como la Semana Santa, navidad y año nuevo.

El año nuevo, inaugura el nuevo periodo con la fiesta litúrgica celebrada en honor de la Virgen María, se acompañaba en la parte civil con los paseos familiares al rio o a la

laguna de Ubaque, donde se preparaba el almuerzo y se disfrutaba del paisaje. La costumbre de asistir a misa a media noche del 31, es bastante extendida y se hace para agradecer los beneficios del años anterior y encomendarse a Dios, para el años que empieza; esta eucaristía es una de las más concurridas por los fieles de la parroquia.

Se sigue en el mes de enero, con la fiesta de los reyes magos, la cual antiguamente tenía mucha importancia, pero actualmente se ha opacado por la celebración simultánea de las ferias y fiesta. En el mes de marzo o abril tiene lugar la celebración de la semana santa. Las ceremonias se iniciaban con la procesión del viernes de Dolores, donde las mujeres acompañaban el último viernes, antes del domingo de ramos la procesión de nuestra señora Dolorosa, como símbolo del sentimiento maternal por un hijo que pronto iniciaría su tormento final así la muerte; la procesión se hacía por las calles de la población y se combinaban largos silencios con el rezo del rosario o la contemplación de las estaciones de Via-crucis, (PP. 32-34).

En la actualidad la Fiesta del campesino es una celebración religiosa, con el objetivo de realizar un homenaje al campesino Chiguano y a la virgen del Carmen; todos los campesinos de las veredas y las Juntas de Acción Comunal se reúnen haciendo caravanas y carrozas entorno a esta fiesta. La decoración de las carrozas es en homenaje a la Virgen del Carmen y también a los productos más representativos de cada vereda como son flores, pepinos, el pimentón, arveja, habichuela, habas, cubios y sirios. Posteriormente hacen una ofrenda a la parroquia de todos los productos, la bendición de los vehículos, a los conductores, la presentación de los niños a la Virgen del Carmen finalmente cierran con actos culturales como presentaciones de artistas chiguanos y de diferentes regiones.

Es notorio que las celebraciones religiosas son la combinación del sentimiento espiritual, el folclor y la religiosidad popular, que busca homenajear a las diferentes divinidades con actos culturales que resaltan su historia teniendo como consecuencia que la comunidad receptora no pierda su identidad cultural, sin importar que esta haya tenido algunos cambios desde sus inicios

a lo que es ahora permitiendo que los turistas puedan conocer de las festividades ; de todo la algarabía, contenido cultural, tradiciones y de paso de su gastronomía de este pueblo Chiguano.

Semana cultural

[Departamento de Cundinamarca, (2008)] Refiere que la semana cultural es:

Una de las primeras manifestaciones culturales que involucro a las escuelas de niños, entidades oficiales y de más fuerzas vivas del municipio, ocurrió con motivo de la celebración del primer centenario del grito de independencia, pues 100 años atrás, la participación chiguana en este evento conto con más de quinientas personas destacándose los sacerdotes José María Estévez quien era el párroco en ese entonces; Ignacio Pescador, el primer sacerdote indígena Chiguano.

Para conmemorar estos acontecimientos, se llevaron a cabo celebraciones de tipo social, religioso y cultural, dejando como testigos perennes varias placas en los edificios públicos al momento que se construían, siendo la más visible y conservada la que está al inicio de la nave norte del templo.

Pero la demostración pública de la cultura, no paro hay, pues así 1920 existía en Choachí, un grupo de profesores y personas prestantes del pueblo, que se dedicaron a representar obras de teatro clásico y/o sainetes bastantes jocosos, siendo esta la única alternativa de recreación que había en el municipio en esta época. No solo había teatro, por que aquellas obras que se desarrollaban por actos, los entremeses se rellenaban con la presentación de coros escolares o interpretaciones musicales de conjuntos de instrumentos de cuerda. Esta muestra cultural duro hasta 1940 cuando desaparecieron casi en su totalidad de los teatros.

La semana cultural, donde por espacio de cinco días en el mes de septiembre todas las manifestaciones culturales, tanto propias como foráneas, tuviesen un espacio para hacer admiradas por los chiguanos.

Hubo conciertos de música clásica, música popular, bailes autóctonos, conferencias, cuenteros, reconocimientos a los personajes de la historia chiguana, cine foros y demás

presentaciones, que demostraron que con el pago de una sola orquesta o artista en las ferias se podía realizar este magno evento. Desde entonces, se institucionalizó para realizarse todos los años para fines de mes de septiembre, coincidiendo con el día de Choachí y/o fiesta patronal. (PP. 20-24)

Actualmente la Fiesta de aniversario Choachí se realiza el 29 de septiembre de cada año, dentro de la semana cultural con presentaciones artísticas y culturales involucrando a todos los niños, niñas, adolescentes, adulto mayor de Choachí contando la historia del municipio por medio de actos culturales; como danzas, coplas, obras de teatro, etc. Además de verbenas populares acompañada por una orquesta en el parque principal.

Ferías y fiestas

[Departamento de Cundinamarca, (2008)] Refiere que las ferias y fiestas son:

En el siglo XVIII, existía una costumbre española de celebrar las fiestas religiosas con festivales taurinos y en las noches organizar fiestas de enmascarados al estilo de un carnaval. Esta es, tal vez, la primera forma que se encuentra en la historia Chiguana de celebración festiva de gran parte de la comunidad. Lo cierto es que la costumbre inicialmente, de los colonos españoles se combinó con las tradiciones indígenas y los pocos esclavos negros que había en la región. Las celebraciones se fueron degenerando, al punto de que en el año 1770 se prohibió por cuenta del Obispo de Bogotá dichos “desordenes demoniacos”, bajo la pena de excomunión ipso facto; decisión que se ratificó en el año 1978.

Hacia 1925, el administrador de los termales el señor Pastor Amaya, quien organizaba un baile para el 6 de enero, celebrando la usanza española; el único requisito era el de ir disfrazado, acompañando a los reyes que por lo general iban montados a caballo, la gente se dividía en las tres gigantescas comparsas, la de Melchor, la de Gaspar y la de Baltasar.

La celebración de los reyes, iniciaba con misa a las siete de la mañana y culminaba hacia las doce de la noche con una gran parranda, amenizada con los músicos de cuerda que

interpretaban sobre todo, pasillos y rumbas, siendo estos los ritmos y bailes típicos de Choachí. Durante el día se compartía el almuerzo en medio de la alegría de las mismas comparsas; desafortunadamente nunca se tuvo la continuidad definida, ni tampoco se procuró institucionalizar tales acontecimientos.

En 1942, se habla del reinado de “La gracia y la simpatía”, cuyas candidatas recogían dinero en pro de las obras de interés público; Carlos Fernández, líder comunitario, relata lo acontecido 1946 (El certamen de las fiestas y ferias con que la población suele agasajar periódicamente a los turistas y veraneantes que nos visitan como también para incrementar el desarrollo comercial y económico y procurar un rato de sana expansión a la ciudadanía

La fiesta del seis de reyes se suspendió debido a un accidente con la “vaca loca”, donde en una estructura se metían dos personas y se les prendía fuego a los cuernos y a la cola. Estos empezaban a perseguir a la gente y el juego de la muchedumbre consistía en irse esquivando. En una de esas volteretas, una hija de uno de los personajes más importantes del pueblo resulto quemada en el rostro siendo su padre el promotor de acabar con la celebración anual.

En 1968, Amador Amaya y Pedronel Reina aprovechando la ordenanza del consejo, organizaron el primer festival de periodistas, que incluyo el reinado, festival taurino y fiesta en la noche. Durante el transcurso de los años se implementó la primera feria de exposición agropecuaria, donde aparte de los negocios de ganado, se daba tiempo para la presentación de conjuntos musicales y se cerraba la jordana con una banda Papayera ,(PP. 26-29).

Actualmente las ferias y fiestas se realizan el primer puente de enero, en el cual se vive un ambiente de alegría acompañado por orquestas, verbenas populares, los ritmos y bailes típicos, sin embargo se ha complementado con nuevas agrupaciones musicales de salsa, vallenato y música popular; los turistas tienen la alternativa de disfrutar a partir de las 5 am hasta las 9:30 de una programación cultural que tiene actividades como : caminatas, ferias ganaderas y agrícolas donde se premia a las mejores reces, una cabalgata de inauguración, comparsas y carreras de

burros ,demostraciones artísticas de los Chiguanos y finalmente en la horas de la noche la iglesia San Miguel que queda ubicada en la plaza central se ilumina con fuegos pirotécnicos.

5.2.1. Ferias y fiestas

GENERALIDADES											
Nombre		FERIAS Y FIESTAS									
Departamento		CUNDINAMARCA			Municipio		CHOACHÍ				
Corregimiento, vereda o localidad											
Administrador o propietario											
Direccion/ubicación											
Telefono											
Distancia(desde el municipio mas cercano)		38 KM DE Bogotá			9 Tipo de acceso						
		Terrestre		x		Acuatico		Ferreo			
Indicaciones para el acceso		Desde Bogotá por la Calle 7, pasando por el Palacio de Narino (Cra 7 con Cile 7), usted llega al Barrio Egipto (Cra 3 Este con Cile 7) continúe en sentido sur para así tomar la Cile 6 en sentido Oriental hasta la Cra 3 Este, salida que lo conducirá a la carretera que lo lleva al Municipio de Choachí.									
CARACTERISTICAS											
Codigo asignado		1.7.1.5									
Descripcion		<p>Las ferias y fiestas de choachi se realizan el primer puente de Reyes del mes de enero. su origen va ligado a la epoca de la colonia en el siglo XVIII, por costumbres españolas de celebrar las fiestas religiosas con festivales taurinos y organizar fiestas de enmascarados al estilo de un carnaval, de esta manera se combinó con las tradiciones indigenas, colonos y los pocos esclavos negros, que habia en la región.</p> <p>En 1925, el señor Pastor Amaya, quien organizaba un baile el seis de enero, donde los chiguanos iban disfrazados acompañando a los reyes que iban montados a caballo, la gente se dividia en las tres gigantescas comparsas, la de Melchor, la de Gaspar y la de Baltasar. En el presente las ferias y fiestas, incluyen dos corridas de toros, exposiciones de ganados, equinos y productos agrícolas; se dan cinco verbenas populares amenizadas por orquestas nacionales e internacional y presentación de artistas.</p>									
PUNTAJES DE VALORACION											
CALIDAD											
ORGANIZACIÓN DEL EVENTO										20	
BENEFICIOS SOCIOCULTURALES PARA LA COMUNIDAD										15	
BENEFICIOS ECONÓMICOS LOCALES										15	
		SUBTOTAL								50	
SIGNIFICADO											
Local	6	Regional	12	Nacional	15	Internacional	10			15	
TOTAL										65	
Diligenciado por: Susana Barrera- Lorena Garibello- Allison Gomez					Fecha 15/MARZO/2016					FUENTE: CRISTIAN CAMILO AGUDELO	



5.2.2. Fiesta aniversario de Choachí

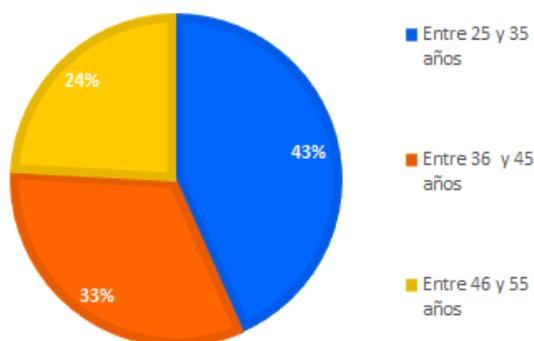
GENERALIDADES																	
Nombre		FIESTA ANIVERSARIO DE CHOACHI															
Departamento		CUNDINAMARCA			Municipio		CHOACHI										
Corregimiento, vereda o localidad																	
Administrador o propietario																	
Direccion/ubicación																	
Telefono																	
Distancia(desde el municipio mas cercano)		38 KM DE Bogotà			9 Tipo de acceso												
		Terrestre		x		Acuatico		Aereo									
Indicaciones para el acceso		Desde Bogota por la Calle 7 , pasando por el Palacio de Nariño (Cra 7 con Cile 7),usted llega al Barrio Egipto (Cra 3 Este con Cile 7) continúe en sentido sur para así tomar la Cile 6 en sentido Oriental hasta la Cra 9 Este, salida que lo conducirá a la carretera que lo lleva al Municipio de Choachí.															
CARACTERISTICAS																	
Codigo asignado		1.7.1.1															
Descripcion		Se realiza 29 de Septiembre de cada año, con presentaciones artísticas y culturales además una verbena Popular acompañada por una orquesta en el Parque Principal. El Municipio de Choachí fue fundado hacia 1560, por el soldado Antonio Bermúdez. Habitado en épocas precolombinas por los chibchas quienes le dieron el nombre de Chiguachí, quiere decir: "Nuestro Monte Luna" que expresión que señalaba un serró o monte que consagraron a la luna.															
																	
PUNTAJES DE VALORACION																	
CALIDAD																	
ORGANIZACIÓN DEL EVENTO		28															
BENEFICIOS SOCIOCULTURALES PARA LA COMUNIDAD		8															
BENEFICIOS ECONOMICOS LOCALES		15															
		SUBTOTAL															
		51															
SIGNIFICADO																	
Local		6		Regional		12		Nacional		12		Internacional		15		12	
TOTAL		63															
Diligenciado por: Susana Barrera- Lorena Garibello- Allison Gomez		Fecha 15/MARZO/2016															
		FUENTE: Alcaldia Municipal															

5.2.3. Fiesta del campesino

GENERALIDADES																	
Nombre		FIESTA DEL CAMPESINO															
Departamento		CUNDINAMARCA			Municipio		CHOACHI										
Corregimiento, vereda o localidad																	
Administrador o propietario																	
Direccion/ubicación																	
Telefono																	
Distancia(desde el municipio mas cercano)		38 KM DE Bogotà			9 Tipo de acceso												
		Terrestre		x		Acuatico		Aereo									
Indicaciones para el acceso		Desde Bogota por la Calle 7 , pasando por el Palacio de Nariño (Cra 7 con Cile 7),usted llega al Barrio Egipto (Cra 3 Este con Cile 7) continúe en sentido sur para así tomar la Cile 6 en sentido Oriental hasta la Cra 9 Este, salida que lo conducirá a la carretera que lo lleva al Municipio de Choachí.															
CARACTERISTICAS																	
Codigo asignado		1.7.1.5															
Descripcion		La fiestas son una celebración religiosa, con el objetivo de realizar un homenaje al campesino Chiguano y a la virgen del Carmen, todos los campesinos de las veredas y las Juntas de Acción Comunal se reúnen haciendo caravanas y carrozas entorno a esta fiesta. La decoración de las carrozas es en homenaje a la Virgen del Carmen y también a los productos más representativos de cada vereda como son flores, pepinos, el pimientón, arveja, habichuela, habas, cubios y siños. Posteriormente hacen una ofrenda a la parroquia de todos los productos, la bendición de los vehículos, a los conductores, la presentación de los niños a la Virgen del Carmen finalmente cierran con actos culturales como presentaciones de artistas chiguanos y de diferentes regiones.															
																	
PUNTAJES DE VALORACION																	
CALIDAD																	
ORGANIZACIÓN DEL EVENTO		25															
BENEFICIOS SOCIOCULTURALES PARA LA COMUNIDAD		13															
BENEFICIOS ECONOMICOS LOCALES		16															
		SUBTOTAL															
		54															
SIGNIFICADO																	
Local		6		Regional		10		Nacional		12		Internacional		15		12	
TOTAL		68															
Diligenciado por: Susana Barrera- Lorena Garibello- Allison Gomez		Fecha 15/MARZO/2016															
		FUENTE: Alcaldia municipal															

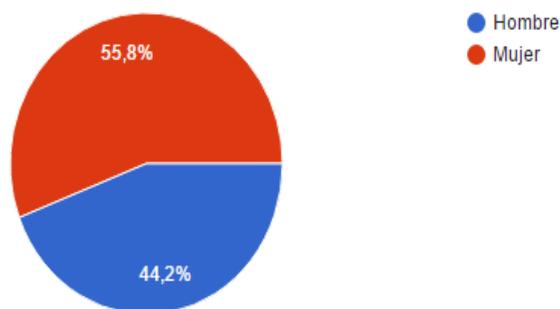
5.3. Encuesta

Se realizaron 120 encuestas a personas de edades entre 25 años y 55 años de Bogotá esto con el fin de conocer la demanda que podría tener este Municipio y por otro lado conocer que tanto las ferias y fiestas pueden motivar a las personas a participar de las mismas.



Gráfica 1: Rango de edad personas encuestadas

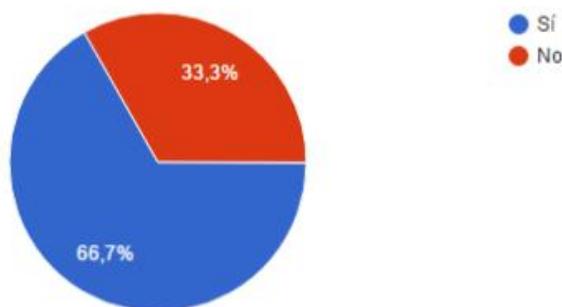
Se puede observar que el 43% de los encuestado están dentro del rango de edad entre los 25 y 35 años, mientras que el 33% entre 36 y 45 años y el 24% restante entre los 46 y 55 años, esto indicando que los porcentajes son proporcionales y que en todos los rangos de edad estarían dispuestos a ir a visitar el municipio.



Gráfica 2: Hombres y mujeres encuestados

Se puede observar que de las 120 personas encuestadas el 55.8 % son mujeres y el 44,2% son hombres teniendo en cuenta que no hay gran diferencia en cuanto a la cantidad ya que se requiere tener en cuenta la perspectiva de los dos géneros.

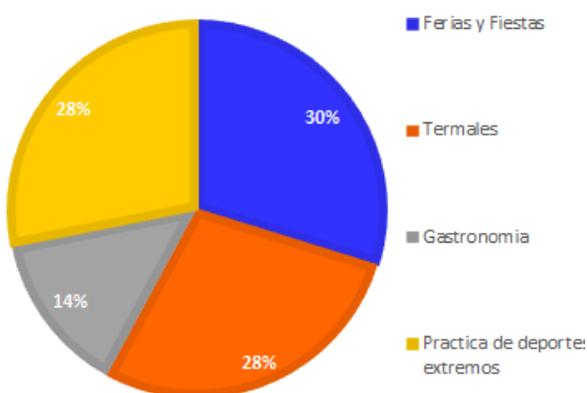
1. ¿Conoce el municipio de Choachí?



Grafica 3: Personas que conocen el municipio de Choachí

Esta pregunta se realizó con el fin de identificar el conocimiento que se tiene con respecto a la ubicación del municipio de Choachí, Cundinamarca. El 66.7% de la población encuestada contestó que si conoce el Municipio mientras que el 33,3% restante contestó que no lo conoce; esto quiere decir que la mayoría de los encuestados se han interesado por conocer este municipio y por desarrollar alguna actividad turística.

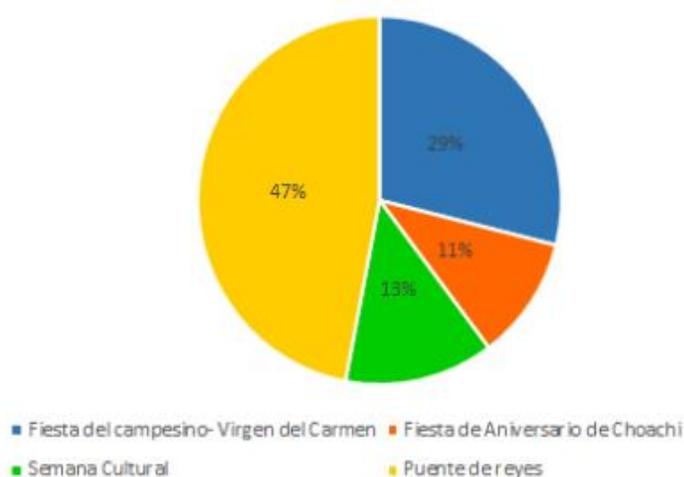
2. En el municipio se pueden realizar diferentes actividades turísticas. Marque la(s) actividades que le gustaría realizar



Gráfica 4: Actividades a realizar en el municipio

Se puede observar que los porcentajes son proporcionales entre sí, esto dando a entender que las personas están interesadas en desarrollar diferentes actividades dentro del municipio, por lo que al 30% le gustaría participar en las ferias y fiestas que se realizan durante el año, mientras que el 28% estaría dispuesto a la práctica de deportes extremos y un 28% a la visita de los Termales y solo un 14% le gustaría visitar el municipio por su gastronomía, siendo importante resaltar que las ferias y fiestas son un elemento que genera mayor interés y desplazamiento por parte de los Bogotanos lo que puede generar que se realicen propuestas dentro de las estrategias de promoción turística permitiendo la implementación de productos turísticos tales como rutas, circuitos, clúster, entre otros.

3. ¿Ha participado de alguna de las siguientes ferias y fiestas? Marque a la(s) que haya asistido

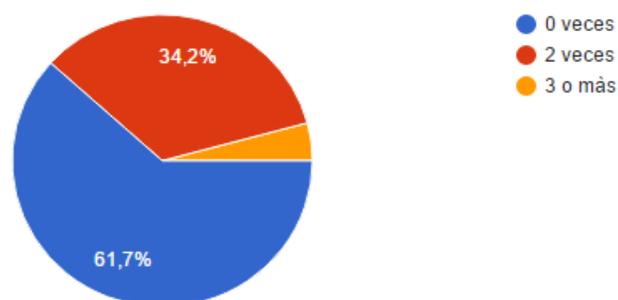


Grafica 5: Participación en las festividades

Como se observa, en la feria de puente de reyes es en la que han participado mayor cantidad de personas con un 49% de los encuestados, esto debido a que tiene más publicidad y además dentro de esta se realizan diferentes actividades que motivan a los visitantes a participar de ellas, en un 29% respondió que ha participado en la Feria del Campesino y la Virgen del Carmen mientras que un 13% ha participado en la semana cultural y sólo un 11% en la Fiesta de Aniversario de Choachí.

Por lo que se puede deducir que la fiesta de puente de reyes tiene potencial para ser elevada a la categoría de patrimonio cultural debido al alto nivel de participación y a las actividades que se desarrollan dentro de la misma que generan que la comunidad se identifique con dicha festividad.

4. ¿Cuántas veces ha asistido a las ferias y fiestas?

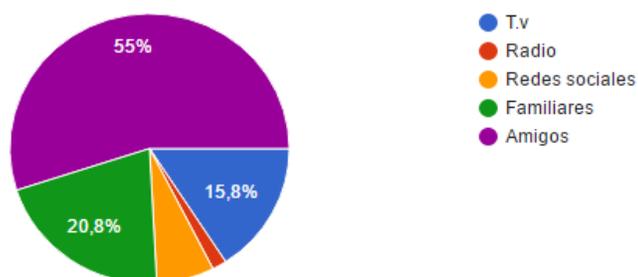


Grafica 6: Asistencia a las festividades

El 61,7% de los encuestados no ha asistido a las ferias y fiestas del municipio mientras que el 34% si lo ha hecho en dos ocasiones y el 4,2% ha asistido de 3 a más veces lo cual indica que falta promocionar más este tipo de eventos generando en los Bogotanos se interesen por participar en el desarrollo de las mismas.

Por lo anterior se puede afirmar que se deben plantear estrategias que permitan que la asistencia a las diferentes festividades que se realizan en el municipio amplíe su mercado.

5. ¿Cuál fue el medio de divulgación por el cual se enteró de las ferias y fiestas?



Grafica 7: Medios de divulgación

El 55% de las personas encuestadas respondieron que el medio por el cual se enteraron de las ferias y fiestas del municipio fue por amigos, el 20,8 respondió que por familiares, el 15,8% se enteró por medio de la televisión mientras que el 6,7% por redes sociales y por Radio en un 1,7% es el medio por el cual las personas menos se enteran de estas ferias y fiestas, esto da a entender que las personas por medio del voz a voz pueden llegar a conocer este municipio y puede ser recomendado para ir a visitarlo por otro lado se ve un déficit en cuanto a los medios de comunicación ya que no son suficientes los elementos y la promoción que se hacen en los mismos.

Se evidencia que la voz a voz y la televisión son los principales medios por los cuales las personas se enteran de las festividades del municipio, por lo cual se deben implementar medidas de publicidad en los otros medios, garantizando un cubrimiento total de las redes de publicidad disponibles en la actualidad.

6. ¿Cree usted que hace falta información acerca de las ferias y fiestas de Choachí?

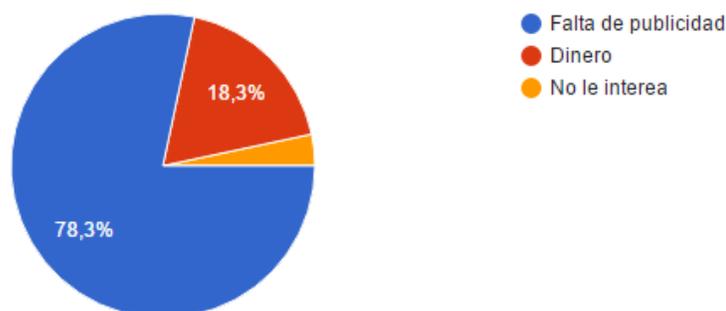


Gráfica 8: Falta de información sobre las festividades

El 100% de los encuestados respondieron que hace falta información acerca de las ferias y fiestas que se realizan durante el año en el municipio de Choachí siendo esto un elemento

importante para la generación de estrategias de promoción en cuanto al desarrollo y la importancia de las mismas dentro del territorio.

7. ¿Cuál cree usted que es la mayor dificultad para no haber visitado el municipio?

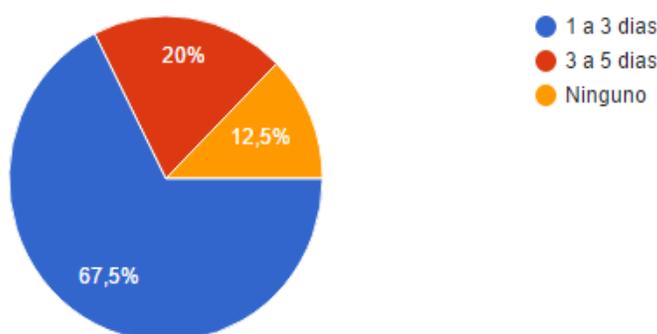


Gráfica 9: Dificultades para conocer el municipio

El 78,3% de la población respondió que la mayor dificultad para no haber visitado el municipio es la falta de publicidad, mientras que el 18,3% contestó que el dinero es un factor para no haber conocido el municipio, mientras que ninguna persona contestó que no le interesa el municipio, esto representa que la mayoría de las personas tienen interés por conocer el municipio, pero creen que debería haber más publicidad para que más personas se enteren de las actividades que se realizan en el mismo.

Deduciendo que se deben generar en diferentes medios de comunicación elementos publicitarios que den a conocer las ferias y fiestas del municipio y así mismo que las estrategias respondan y faciliten el conocimiento del municipio.

8. ¿Cuántos días permanecería en el municipio?

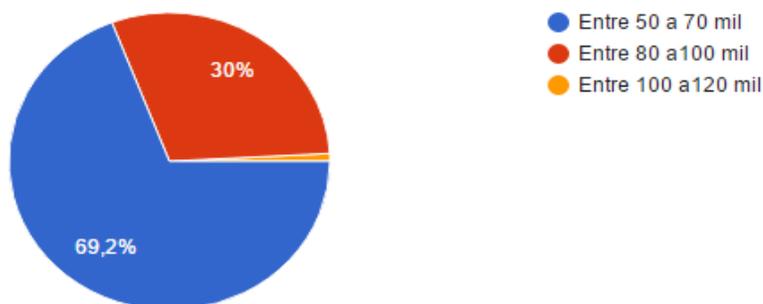


Gráfica 10: Días de pernoctación en el municipio

En esta gráfica se puede observar que el 67,5% de los encuestados permanecerían en el municipio de 1 a 3 días, mientras que el 20% de 3 a 5 días y el 12,5 no permanecería ningún día, esto representa que la mayoría de encuestados pernoctarían en este municipio lo cual representa para los prestadores de servicios turísticos tales como: hoteles, restaurantes, transporte, entre otros un ingreso y un gasto más alto entre los turistas que visiten el municipio.

Teniendo en cuenta que los turísticas pernoctarían en el municipio entre 1 y 3 días resulta importante generar estrategias que garanticen la suficiente infraestructura para la comodidad de los mismos, ya que en las festividades los hoteles no cuentan con la capacidad para los visitantes y por ende esto puede resultar un aspecto negativo para los prestadores de servicio turísticos del municipio

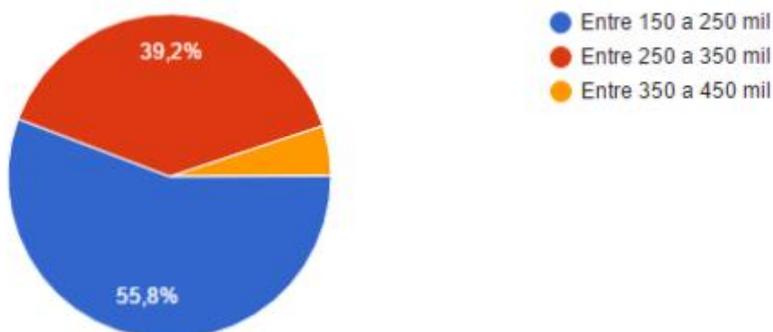
9. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el alojamiento?



Gráfica 11: Pago por alojamiento

De los encuestado el 69,2% estaría dispuesto a pagar entre \$50.000 a \$70.000 en el alojamiento, mientras que el 30% pagaría entre \$80.000 a \$100.000 y solo el 1% pagaría más de \$100.000 esto dando relevancia que se pagaría por un hotel que tuviera unas condiciones básicas para poder invertir en otras actividades dentro del municipio.

10. ¿Cuánto dinero invertiría durante su visita a Choachí?



Gráfica 12: Inversión de dinero durante la visita al municipio

Se puede observar que el 55,8% de las personas encuestadas estarían dispuestas a invertir entre \$150.000 a \$250.000 durante su visita a Choachí, mientras que el 39,2% gastaría entre \$250.000 a \$350.000 y solo el 5% gastaría más de \$350.000 esto nos da a entender que las personas están dispuestas a dejar un ingreso considerable para el municipio en cuanto a todas las actividades que puedan realizar.

5.4. Análisis e interpretación de resultados

MATRIZ DOFA	<p>Fortalezas – F</p> <ul style="list-style-type: none"> -La mayoría de las personas encuestadas conocen el municipio -El Municipio está ubicado a 40 minutos de Bogotá esto generando que más turistas se interesen por conocer el municipio. 	<p>Debilidades – D</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de publicidad de algunas ferias y fiestas del municipio de Choachí en diferentes medios de comunicación -Falta de información acerca de las actividades que se desarrollan dentro de las festividades -La participación de los encuestados en las Ferias y fiestas ha sido bajo.
<p>Oportunidades – O</p> <ul style="list-style-type: none"> -Interés por parte de los encuestados en la participación de las fiestas y ferias que se desarrollan durante el año. -Población de edades entre 	<p>Estrategias – FO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar que la mayoría de las personas encuestadas conocen el municipio para así dar a conocer las ferias y fiestas que se desarrollan en el mismo. - Diversificar el desarrollo de 	<p>Estrategias - DO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseñar herramientas que permitan que la información de las actividades que se desarrollan en las ferias y fiestas sea continua y más amplia para los bogotanos.

<p>25 a 55 años están interesadas en conocer y visitar el municipio</p> <p>-El municipio tiene costos bajos en la prestación de sus servicios</p> <p>-Las personas están dispuestas a invertir entre \$150.000 y \$250.000 en el desarrollo de actividades en el municipio</p>	<p>actividades durante las ferias y fiestas permitiendo así que los turistas inviertan en el municipio.</p>	<p>-Generar publicidad de las diferentes festividades que se realizan en Choachí siendo esto insumo para el reconocimiento del municipio ante los bogotanos.</p> <p>-Determinar los factores que implican que las ferias y fiestas tengan poca participación, esto para generar acciones que permitan la identificación de mejoras en el desarrollo de la promoción</p>
<p>Amenazas – A</p> <p>-No hay variedad de oferta y tipologías de turismo sienta esto un elemento que no permite amplitud ni reconocimiento en el mercado.</p> <p>-El municipio no es competitivo frente a otros.</p>	<p>Estrategias – FA</p> <p>-Emplear diferentes medios de comunicación para generar promoción en cuanto a las ferias y fiestas permitiendo el incremento de turistas al municipio.</p> <p>-Establecer elementos distintivos del municipio permitiendo que estos sean elementos que permitan un reconocimiento diferenciador a nivel competitivo frente a otros municipios.</p>	<p>Estrategias – DA</p> <p>-Incrementar la participación de los bogotanos en las ferias y fiestas mediante la constante promoción y realización de actividades de integración entre turistas y Chiguano.</p> <p>-Mostrar el turismo desde diferentes tipologías permitiendo que los turistas se interesen por participar de ellas y así mismo de las ferias y fiestas.</p>

Tabla 1: Matriz DOFA

6. Conclusiones

El presente trabajo abordó tres objetivos importantes para el desarrollo de la investigación, el registro de festividades, conocer la potencialidad de las festividades desde la demanda y oferta y por último la creación de estrategias para la promoción de las mismas. En el transcurso del proceso investigativo se cumplió con los objetivos planteados permitiendo conocer algunas falencias en el proceso de planificación y desarrollo de las festividades, del mismo modo la investigación percibió que los visitantes tienen como motivación realizar actividades culturales invirtiendo en Choachí, sin embargo la divulgación y la inseguridad han sido dos elementos que han dificultado el desarrollo de las celebraciones culturales.

Ahora bien, el trabajo logró realizar el registro de las festividades mediante las fichas de inventario, ya que no existía ninguna documentación de las mismas debido a que las manifestaciones culturales como las ferias y fiestas que son un recurso turístico importante, que no ha sido tomado en cuenta por los actores que fomentan y promocionan la actividad turística en el municipio de Choachí, tales como las ferias y fiestas del puente de reyes, fiestas de aniversario y fiesta de la Virgen del Carmen-campesino, que según los resultados obtenidos son una de las actividades turísticas, las cuales generan mayor interés en los turistas para visitar el municipio esto genera que se pueda ampliar la oferta a través del Turismo cultural.

Como consecuencia, se evidencia en la investigación la falta de divulgación de las ferias y fiestas y así mismo el desconocimiento que tienen las personas de Bogotá que son la mayor demanda turística del municipio, es por ello que el presente trabajo creó estrategias de promoción, pretendiendo el reconocimiento a futuro de dichas manifestaciones culturales las cuales se han venido perdiendo a través de las generaciones por el desinterés que presenta la sociedad actual.

Razón por la cual, el proyecto de investigación FERIAS Y FIESTAS DE CHOACHI COMO EJE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO, realizó un proceso que en primera instancia se obtuvo el rango de edad, el perfil del turista, a continuación se analizó la demanda de Choachí y su principal motivación para visitar el municipio, en especial las personas con rango de edad 25-55 años, con un total de 120 encuestas. Por otro lado se realizó entrevistas a un ente gubernamental (directora de turismo) para conocer la perspectiva y desarrollo de las ferias y fiestas, brindando su conocimiento y experiencias.

Con respecto a las festividades se obtuvo como resultado que la ferias y fiestas de Choachí, realizadas el primer puente de reyes en el mes de enero; es la celebración más concurrida y promocionada. Siendo la temporada del año en el que municipio recibe mayor cantidad de turistas nacionales e internacionales. Logrando favorecer el desarrollo local, dejando beneficios económicos para los prestadores de servicios turísticos como los son hoteles, restaurantes y agencias de viajes, sin embargo se observó que también es la temporada donde existe robos e inseguridad a causa de la actividad turística.

7. Recomendaciones

1. Generar un proceso de empoderamiento y sentido de pertenencia por parte de la población local, junto con entidades tanto internas como externas que velen por el desarrollo del turismo en el municipio
2. Implementar la marca turística del municipio, en aras de general identidad municipal
3. Aumentar la seguridad en el marco de la celebración de las festividades, esto con el fin de asegurar el bienestar e integridad tanto de los visitantes como de la comunidad chiguana, por parte de la inspección de policía y comité organizador de festividades.

4. Es necesario no solo promocionar masivamente las tradicionales ferias y fiestas del puente de reyes, sino de igual manera las demás festividades, permitiendo al turista interactuar de una forma cercana con la cultura de los Chiguano.
5. Realizar publicidad dirigida a personas de 25-55 años, las cuales fueron el perfil objetivo que las encuestas arrojaron que les interesaba visitar Choachí en las festividades.
6. El municipio debe asignar recursos para la ejecución de las estrategias de promoción turística que permitan el reconocimiento de las diferentes festividades de Choachí.
7. La alcaldía tiene la responsabilidad de realizar los trámites correspondientes que permitan que las festividades de Choachí, tales como la fiesta de aniversario y fiesta de la Virgen del Carmen-campesino, elevando su categoría de festividad por acuerdos municipales a patrimonio cultural, para mayor difusión y reconocimiento a nivel nacional e internacional.
8. Diversificar la oferta de festividades del municipio, utilizando eventos como la semana cultural, las veladas culturales y el proyecto del amasijo Chiguano, como posibles recursos turísticos en aras de ampliar la demanda
9. Mejorar la infraestructura turística, facilitando la capacidad de carga de los hoteles, restaurantes, termales y demás atractivos turísticos.
10. Contemplar en los nuevos planes de desarrollo, la planeación, seguimiento, control y enfoque promocional para el sector cultural, garantizando el cumplimiento cabal de cada uno de los pilares implementados.
11. Generar alianzas con los municipios que conforman la provincia de Oriente a través de

concursos gastronómicos, culturales y artísticos permitiendo así la creación de nuevos productos, rutas y clúster turísticos.

8. Estrategias de promoción

Mediante el análisis de la información recolectada durante el desarrollo del presente trabajo y la realización de las recomendaciones de las estrategias para un plan de promoción turística en cuanto al desarrollo de las ferias y fiestas se dio cumplimiento al tercer objetivo planteado.

OBJETIVO

Diseñar y articular estrategias de promoción turística, enfocadas a divulgar las ferias y fiestas de Choachí permitiendo ampliar la oferta turística pretendiendo incrementar la demanda de visitas en la temporada de ferias y fiestas de Choachí.

ESTRATEGIAS	ACCIONES
1. Investigación del mercado, analizando a los competidores con atractivos similares logrando identificar el plus o el motivo por que las festividades de Choachí son diferenciadoras de otros municipios	Realizar un estudio de diferenciación entre los municipios cercanos
2. Utilizar instrumentos de comunicación teniendo en cuenta el perfil del turista de Choachí, es decir en la investigación se evidencio que las personas que visitan	-Ampliar la publicidad de las festividades del municipio, mediante el uso de medios de divulgación como redes sociales, emisoras de

Choachí son entre edades de 25 -55 años.	radio con mayor audiencia y televisión
3. Fomentar el aprendizaje de la cultura chiguana en la comunidad receptora, para así lograr sentido de apropiación por el municipio y que esto sea una herramienta que permita la difusión voz a voz de las celebraciones que se realizan.	<p>-Realizar talleres que permitan que la comunidad chiguana conozca elementos importantes de su cultura para que ellos sean los que promocionen y den a conocer a los turistas las festividades del Municipio</p> <p>-Implementar actividades que permitan que los turistas y la comunidad receptora participen conjuntamente en el desarrollo de las ferias y fiestas</p>
4. Utilizar la marca turística como identidad municipal, en aras de destacar la importancia de la imagen chiguana de manera positiva, influyendo en los turistas para que asocien a Choachí como un municipio turístico, generando un mayor reconocimiento.	- En las vallas, pancartas y folletos promocionales implementar la marca turística
5. Crear alianzas con diferentes prestadores de servicios turísticos, permitiendo la consolidación de elementos promocionales referentes al desarrollo de las festividades del municipio de Choachí.	-Realizar encuentros entre los diferentes prestadores de servicios turísticos, creando espacios que permitan la interacción de propuestas y consolidación de proyectos, consolidando alianzas entre los diferentes prestadores.
6. Estrategia de distribución indirecta: maximizar los puntos de promoción, esta estrategia es recomendable para incrementar	- Fomentar las propagandas y/o cuñas, días antes de las festividades

el volumen de visitas al municipio	
<p>7. Implementar los 3 elementos de posicionamiento</p> <p>Imagen: personalizada que ofrece garantías al consumidor</p> <p>Beneficio: promesa que se le hace al consumidor</p> <p>Diferenciación: elementos que facilitan la elección</p>	<p>-Realizar un mapa perceptual que permite dar una clara perspectiva del posicionamiento actual de las festividades de Choachí, teniendo en cuenta los elementos diferenciadores.</p>

Tabla 2: Estrategias para el plan de promoción turística.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza. M. (2005). *Marketing en ferias turísticas*. México. Editorial trillas

AUSENP (Asociación de Universidades del Sur del Ecuador y Norte del Perú. (2000). Boletín número 2 informativo .Universidad de illes Balears UNIVERSIDAD Y CULTURA. [Recuperado de]:http://fci.uib.es/Servicios/libros/papel_digital/Massuco/Quinta-parte-UNIVERSIDAD-Y-CULTURA.cid218332

ARIÑO.A. (1992). *La ciudad ritual*. La fiesta de las Fallas. Barcelona. Ed: Anthropos.

Bachleitner & Zins . (1999). *Cultural tourism in rural communities: the residents' perspective*. London.

Boullón. (2006). *Los municipios turísticos*. México. Editorial trillas 2 ediciones.

Blanco. R. (1992) *Teoría General del Turismo*. [Recuperado de]: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf

Cabrera. E. & Quintero. D. (2007). *Carnaval de Barranquilla como escenario de movilización social, reconocimiento, igualdad e imaginarios sociales*.

Carmen. A. (2001).tercera reimpresión .*Marketing y turismo* .Madrid, España. Editorial Síntesis S.A

Cantú. H. (2011), *Desarrollo de una cultura de calidad* .Editorial mexicana.

Covarrubias. R. (2002).*Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. México.

Departamento de Cundinamarca. (2008). *Choachi turístico rutas, leyendas, costumbres y gastronomía*.

Esquema de Ordenamiento Territorial Municipal. (2010) [Recuperado de]:
http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot_choachi.pdf

Gadamer .G (2008). *El carnaval es una celebración milenaria de orígenes paganos que surge de la necesidad*.

Hassan. (2000). *Determinants of Market Competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry*. Journal of Través

Hernández. S, Fernández. C. & Baptista. (2003). *Metodología de la Investigación*. México. Editorial Mexicana

Informe de gestión municipio de Choachí Cundinamarca. (2012). *Construyendo el Choachí Soñado*. [Recuperado de]:
<http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Imagenes/coachicundinamarcaig2013.pdf>

Kuper. A. (2001) .*Cultura La versión de los antropólogos* .España. Editorial paidos.

Ley General de Cultural Artículo 8°. Adiciónese el artículo 11-1 a la Ley 397 de 1997.

LEY 136 DE 1994 .*Principios generales sobre la organización y el funcionamiento de los municipios* .artículo 2

Maglia. C. & Hernández. L (2016). *Memorias, saberes y redes de las culturas populares en américa latina*. Editorial Universidad Externado de Colombia

Marinis. M. (1977). *Comprender el teatro*. Lineamientos de una nueva teratología. Buenos Aires. Editorial Galenar.

Martínez. F. (2006).*El carnaval como forma de diferenciación social en, San Nicolás de Bari,*

Panotla, Tlaxcala .México DF. Universidad Iberoamericana

Ministerio de Industria Comercio y Turismo (2017). *Colombia supera cifra de 5 millones de viajeros extranjeros en 2016*. [Recuperado de]: [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/37883/colombia supera cifra de 5 millones de viajeros extranjeros en 2016](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/37883/colombia-supera-cifra-de-5-millones-de-viajeros-extranjeros-en-2016).

Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (2009). *COMPETITIVIDAD: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*.

Ministerio de Cultura. (2010). Primera edición enero. *Compendio de políticas culturales*, pp. 10-14. [Recuperado de]: http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefinalbaja.pdf

Morano. (2011). *Puesta en valor del intangible de la fiesta de la Virgen de la Caridad de la ciudad de mira*.

Muñiz. R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición*. España . Editorial: Centro de Estudios Financieros

(OMT) La Organización Mundial del Turismo. (2005-2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. [Recuperado de]: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.

Orjuela. A. (2012). *Construcción de identidad en el Carnaval de NEGROS Y BLANCOS de Pasto, 1960 -1970* .Nariño. Pontificia Universidad Javeriana.

Pliego. T, Benjamín. J. & Miriam Beatriz Tobar. (200). *Plan estratégico de marketing para el desarrollo del turismo cultural*. El Salvador.

SMITH. (1992). *Anfitriones e invitados: la antropología del turismo*. Madrid: Endymion, 1992.
[Recuperado de]:http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003 .

Tourism Consulting S.A.S & Fundación Universitaria Cafam. (2012).Fondo de Promoción Turística De Colombia .*Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca*, [Recuperado de]:
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Valles. M. & Bravo .S (2014). *Entrevistas cualitativas*. España. Editorial Social Science

ANEXOS

Anexo 1: Estructura entrevista realizada la directora de turismo de Choachí

1. Objetivos:

1. Recopilar información de las manifestaciones culturales existentes del municipio de Choachí.
2. Analizar la percepción de la directora de turismo acerca de la realización de dichas manifestaciones culturales.

2. Sujeto entrevistado:

Nombre	Cargo
Eliana Zarate Pinzón	Directora de turismo del municipio de Choachí

3. Lugar y fecha: Casa cultural del municipio de Choachí

4. Entrevistador: Allison Gómez

5. Duración: Aproximadamente 30 min

6. Preguntas:

1. ¿Qué relación tiene la fiesta de la Virgen del Carmen con la fiesta del campesino?
2. Mencione las actividades que se realizan en las fiestas anteriormente mencionadas
3. Teniendo en cuenta la importancia de las fiestas mencionadas para el municipio ¿podría contar una breve reseña?
4. ¿Qué manifestaciones culturales cree usted que son las más importantes?
5. De las anteriores manifestaciones ¿Cuáles cree usted que atraen más turistas y por qué?
6. A partir de su experiencia profesional ¿Cuál cree que se realiza de manera adecuada teniendo en logística, promoción y las actividades?

7. ¿Nos podría contar sobre el proyecto del festival del amasijo Chiguano?
8. ¿Existe algún proyecto o programa que incentive el aprendizaje de las manifestaciones culturales anteriormente expuestas?

Entrevistador: La primera pregunta es: ¿Qué relación tiene la fiesta de la Virgen del Carmen con la fiesta del campesino?

Entrevistado(a): Bueno, buenos días, nosotros como administración consideramos que de todas las actividades que se realizan durante el año en el municipio, la única actividad que en realidad cuenta con la asistencia de la mayoría de la población rural del municipio es esta fiesta, por eso dentro del programa de gobierno y dentro del mismo plan de desarrollo para el alcalde Álvaro Gutiérrez, fue importante unir estas dos celebraciones precisamente porque la gente del campo es el único día que deja sus actividades diarias, dejan sus animales, dejan sus casas solas, precisamente por venir y rendirle un homenaje a la Virgen del Carmen, entonces para el alcalde es muy importante tener a toda la gente tanto del nivel urbano como del nivel rural para poder hacer esta celebración, entonces consideramos que esa es la relación que existe a partir de esta administración.

Entrevistador: ¿Nos podrías contar las actividades que se realizan dentro de esta fiesta?

Entrevistado(a): Bueno, la fiesta de la Virgen del Carmen obviamente es una tradición religiosa que se celebra en el municipio durante ósea hace más de unos 50 años te podría decir y dentro de las actividades siempre se han hecho caravanas dónde cada vereda y cada presidente de junta de acción comunal lidera para que la comunidad se una en torno a esta fiesta y realicen una carroza, una carroza en homenaje a la Virgen del Carmen, pero que también tenga los productos más representativos de cada vereda, entonces, si tenemos una vereda productora de flores entonces su carroza está representada con flores y con diferentes manifestaciones de la tradición de su vereda, si son productos agropecuarios entonces es normal que tú veas el pepino, el pimentón, arveja, habichuela, habas, cubios, sirios decorando esas carrozas, lo que se hace también es incentivar para que esta tradición no se pierda y a través tanto de la alcaldía como de la parroquia se hace un concurso, se premian a las mejores carrozas, posteriormente se reúne todo el mundo en el parque principal, donde se hace una ofrenda, una ofrenda que es directamente para la parroquia de todos los productos representativos de las veredas, este mercado el padre

obviamente lo redistribuye a las familias más necesitadas del municipio, también se hace una misa campal, es una misa campal dónde hay más de 5.000 mil personas en el parque y todos son absolutamente chiguano, posterior a eso de la parte religiosa viene la bendición de los vehículos, la bendición a los conductores, la presentación de los niños a la Virgen del Carmen, terminada ya toda la parte religiosa, entonces viene ya la vinculación directa nuestra como administración, donde se hacen actos culturales, hay presentación de artistas tanto chiguano como de otros lugares, tenemos concursos, el año pasado realizamos un bingo donde se dio la oportunidad también de dar muy buenos premios a toda la comunidad chiguana y se termina con una verbena popular, básicamente son las actividades que se realizan y donde lo que se pretende es enaltecer y hacer un homenaje a los campesinos del municipio.

Entrevistador Vale, teniendo en cuenta la importancia de las fiestas mencionadas para el municipio, ¿podría contar una breve reseña?

Entrevistado(a): Ok, como yo te decía es una fiesta muy tradicional, ósea es más o menos de unos 50 años desde que se celebra en el municipio, donde no solamente la gente de las veredas sino también el comercio, la parroquia, los presidentes de las juntas de acción comunal, donde todos se unen precisamente para rendir un homenaje a la Virgen del Carmen, es tradicional también que la gente que tiene vehículos, que tiene camiones, motos, bicicletas, caballos, vayan a acompañar la caravana, más o menos estamos hablando que la caravana es de unos 17 kilómetros dónde avanza exactamente desde el sector conocido para nosotros como La Peña, que es donde en la vía viniendo así Bogotá, hay ahí una imagen de la Virgen, desde ahí es donde se parte el desfile o la caravana y llegan hasta el municipio, más o menos estamos hablando que por la cantidad de caballistas, de ciclistas, de motos y de vehículos la caravana está aproximadamente en cuatro hora de recorrido, es bastante la cantidad de gente, yo las invito para que observen el Facebook de la alcaldía, ahí están absolutamente toda el registro fotográfico de lo que fue la celebración del año inmediatamente anterior y pueden ver que realmente es una fiesta donde acude toda la población, también hay mucho chiguano que tienen empresas de transporte y que tienen tractomulas y entonces traen a sus cabezotes, desde el día anterior se hace como un aviso y una invitación con una caravana de tractomulas por el municipio, invitando a que la gente se una a esta celebración.

Entrevistador: ¿Que otras manifestaciones culturales cree usted que son importantes?

Entrevistado(a): Bueno, para esta administración el tema del rescate de todas esas tradiciones culturales, es totalmente importante, nosotros hemos venido realizando actividades como por ejemplo, veladas culturales, la idea es que realizamos de 3 a 4 veladas culturales durante el año, donde lo que pretendemos es dar a conocer todas esas manifestaciones artísticas y culturales desde las veredas, entonces invitamos a la gente que se inscriba para que vengan y cuenten sus historias, coplas, para que declamen una poesía propia del municipio para que si hay un grupo de danza de cada vereda también tengan la oportunidad de presentarlo, grupos musicales de muchos abuelitos, entonces lo que pretendemos y resaltamos durante estas veladas culturales es eso, otro tema importante también para nosotros es la semana cultural, la semana cultural generalmente está por acuerdo, la celebramos la última semana del mes de septiembre donde lo que les decimos a ellos, lo que invitamos es absolutamente a todas las fuerzas vivas del municipio a que se unan en torno a un tema que el cual se toma la decisión dentro del concejo municipal de cultura, para el año anterior fue todo lo que tiene que ver con cultura y tradición chiguana, entonces los diferentes colegios, juntas de acción comunal y fuerzas vivas del municipio, cada una escogió un tema y se hacía, se desarrollaba cada comparsa de acuerdo al tema que cada colegio había escogido, entonces dentro de esa semana cultural es importante porque también realizamos encuentros de poesía, encuentros de música, encuentros de danzas, invitamos también grupos de Bogotá o de los municipios cerca para que vengan y nos presenten también sus manifestaciones culturales y terminamos la celebración el 29 de septiembre con el día de la celebración de nuestro aniversario.

Entrevistador: Ósea ¿el día del aniversario va dentro de la semana cultural?

Entrevistado(a): Si, es el último día de la semana cultural siempre es el último día y lo que hicimos durante este año fue precisamente involucrar a todos los niños, niñas, adolescentes, adulto mayor de Choachí contando esa historia, contando la historia de nuestro municipio, porque para muchos es desconocida, entonces lo que empezamos fue a trabajar como en el rescate de eso, porque es importante celebrar el 29 de septiembre, porque es importante que en cada una de nuestras casas icemos con honor nuestra bandera, porque era algo que había perdido como esa importancia, entonces el 29, así!, estamos de aniversario y lo que queremos es que nos traigan la súper orquesta con los juegos pirotécnicos y una cantidad de cosas, cuando en realidad la importancia no debería ser esa, la importancia debe ser el rescate de nuestra cultura de

nuestras tradiciones, que vengan los abuelos y nos cuenten muchas historias de lo que sucedía anteriormente en el municipio.

Entrevistador: Entonces podríamos decir que las veladas culturales ahorita pueden ser un recurso turístico que se puede convertir más adelante en atractivo

Entrevistado(a): Totalmente, ósea, nosotros le estamos apostando a eso de hecho la velada cultural, siempre tratamos de que vaya acompañada de otra actividad, entonces por decirte algo el último sábado de este mes de marzo, lo que vamos a realizar es la noche de los mejores, que es la celebración del deportista del año 2016, ese mismo día hacemos la velada cultural, donde no solamente involucramos a los chiguanos sino también invitamos a los turistas que estén cerca para que nos acompañen y pues tengan la oportunidad de observar todas esas manifestaciones culturales, también es importante resaltar que con el señor Pedro Medina de la fundación, yo creo en Colombia, él ha venido trabajando mucho con nosotros respecto a este tema y actualmente trabajamos también el trueque, el trueque como ustedes saben es un intercambio, intercambio no solamente de bienes, servicios, sino de saberes, de muchísimas otras cosas dónde dentro de ese trueque también manejamos el tema cultural y manejamos muchas manifestaciones, invitamos grupos también de fuera y lo que, gracias a esta alianza que hicimos con la Minga lo que pretendemos es que ya se institucionalice por lo menos una vez al año realizar el trueque.

Entrevistador: De las anteriores manifestaciones culturales ¿cuál cree usted que atrae más turistas y por qué?

Entrevistado(a): Bueno, si hablamos de manifestaciones culturales yo te podría decir que sin lugar a duda una de las que más llama turistas es la semana cultural en la cual damos inicio un domingo, entonces como ustedes saben esto es un municipio que se está proyectando mucho a nivel turístico, y el domingo tenemos muchísimos visitantes, entonces viene mucha gente de Bogotá y pues obviamente quedan maravilladas con las comparsas que sacan tanto los colegios como por ejemplo el grupo de personas con discapacidad, el grupo de adulto mayor, los colegios tanto públicos como privados, las juntas de acción comunal, si hablamos de lo cultural podría manifestar que esa semana cultural y ese día específicamente es como el que más atrae turistas, pero también tenemos que hablar de nuestras tradicionales ferias y fiestas, las ferias y fiestas se

celebran en el municipio el primer puente de enero o el puente de reyes donde ya fueron en años anteriores, fueron mediante acuerdo declaradas como patrimonio inmaterial del municipio, al igual que las corridas de toros por ejemplo que es algo muy tradicional en Choachí, también fueron declarados mediante un acuerdo, y sin lugar a dudas si tenemos que son manifestaciones culturales ya declaradas esto es el evento que obviamente atrae mayores turistas.

Entrevistador: A partir de su experiencia profesional, ¿cuál cree que se realiza de manera adecuada, teniendo en cuenta, logística, promoción y actividades?

Entrevistado(a): Bueno, nosotros como municipio siempre hacemos nuestro mayor esfuerzo, para que independiente de cual sea la actividad, el trabajo en equipo se vea reflejado, y lo demos a conocer tanto a la población chiguana como a los turistas de la mejor manera y de la mejor organización posible, en todas hacemos el mayor esfuerzo, pero siempre se generan, espacios pues para que, algunas falencias que se tienen, yo te puedo decir que la fiesta de la Virgen del Carmen, por ser un evento a nivel interno, nuestra organización es casi que perfecta, el tema de la semana cultural también, mientras que en el tema de ferias y fiestas que es un evento más masivo, que es un evento, donde tenemos muchísima gente, ósea estamos hablando que ese fin de semana nos visitan más de 15.000 personas en el municipio entonces obviamente hay situaciones que no por logísticas, no por falta de organización, si no pueden haber situaciones que se salen de las manos, precisamente por el nivel de la cantidad de gente que viene

Entrevistador: ¿Nos puedes contar sobre el proyecto del festival del amasijo chiguano?

Entrevistado(a): Bueno, esto es un proyecto también que viene liderando directamente el señor alcalde, donde para él como les dije desde el principio es muy importante el rescate de toda nuestra cultura y de todas nuestras tradiciones, sin lugar a dudas una de esa es todo el tema gastronómico que se maneja en Choachí, nosotros en el 2010 el municipio fue premiado, se le otorgó al municipio el premio nacional de gastronomía por parte del ministerio de cultura a un plato que es el plato chiguachía, el cocido chiguachía donde a raíz de la investigación que hicieron las tres personas que formulario este proyecto, dieron a conocer pues que era el plato que utilizaron durante la época de nuestra dependencia, entonces para el alcalde, aparte de tener todo el tema del cocido, el tema de la fritanga que en Choachí es una de las grandes potencias yo creo que de Cundinamarca en ese sentido tenemos bueno, fines de semana normal más o menos

entre 2.000 y 2.500 personas, que vienen no solamente por el tema turismo sino también movidos por el tema gastronómico y también vemos que durante el recorrido están el tradicional amasijo, en Choachí es normal que la gente venga, paren los buses de turismo y salgan cargados de pan de yuca, pan de sagú, arepas de maíz pelado, envueltos, tortas, entonces lo que estamos en este momento es realizando como una pre investigación, precisamente porque en todas las casas de Choachí, antiguamente, era normal el horno de leña, entonces si llegaba la visita, a la visita se le atiende de la mejor manera, la gente inmediatamente, se ponía a amasar para sacar su arepita recién hecha o su almojábana, su pan de yuca o su pan de sagú, entonces esta es una tradición que no queremos que se pierda en Choachí, estamos haciendo un proyecto, precisamente para presentarlo tango al IDECUT como al ministerio de cultura y así poder tener, obtener recursos para poderlo desarrollar, donde lo que queremos es un fin de semana cualquiera en el municipio tener unos 8 hornos de leña en el parque y que sean nuestros abuelos, que sean la gente adulta y también los jóvenes los que empiecen a de una manera dinámica a dar a conocer el proceso del amasijo chiguano a los turistas, y que se convierta en un atractivo más para el turista, venir con su hijos hacer el pan de yuca, la almojábana y que obviamente todo eso se lo podrán llevar para sus casas, es básicamente lo que queremos pero lo que pretendemos también es más que comercializar ósea que la gente tenga la oportunidad de comercializar es rescatar esa tradición que no se pierda en Choachí esa tradición del amasijo, del uso del horno de leña de seguir rescatando por ejemplo el tema del envuelto, un envuelto de maíz pelado con supias es lo más tradicional de Choachí, pero hay mucha gente que no lo conoce, ni siquiera qué es eso, ni siquiera que son las zupia son conocidas en Choachí también como los chicharrones chiquitos.

Entrevistador: ¿Existe algún proyecto o programa que incentive el aprendizaje de las manifestaciones culturales anteriormente expuestas?

Entrevistado(a): Bueno, nosotros lo que pretendemos a través de nuestras escuelas de formación es llegar a esto, por ejemplo en torno a lo del amasijo que bueno sería por ejemplo crear una danza propia o que donde se dé a conocer esa manifestación, esa manifestación de que la actividad del amasijo como tal lo demos a conocer a nuestros turistas, a Colombia y al mundo entero de ser preciso a través de una danza por ejemplo, también lo que queremos es que a través de las diferentes asociaciones de turismo que se están manejando a nivel rural, ellos sabemos que están haciendo un trabajo muy importante de recopilación precisamente de todas esas

manifestaciones y en algún momento pues poder como municipio apoyar no se tal vez un libro o alguna otra actividad que desde acá podamos hacerlo, para poder tener de manera escrita y que no se pierda.

Entrevistador: ¿Crees que la divulgación o la promoción que se está haciendo en cuanto a las ferias y fiestas, a la Virgen del Carmen, es suficiente o existe digamos algunas falencias que tú veas desde la alcaldía?

Entrevistado(a): Bueno, afortunadamente nosotros tenemos una oficina de prensa, que es donde se maneja absolutamente todo, hoy en día pues es muy tradicional el tema de manejo de redes sociales, el tema de la página del municipio, y es nuestra primera fuente para dar a conocer todos los eventos y las actividades que realizamos desde la oficina de cultura y turismo y desde toda la administración pero adicional a eso tenemos una herramienta por fortuna que es nuestra emisora institucional, entonces también a través de la emisora informamos a la comunidad de todos los eventos que se realizan, ya cuando es un evento como las ferias y fiestas, que obviamente si se requiere una mayor publicidad entonces lo que se hace son convenios durante esas fechas y con emisoras de Bogotá, con cadenas de pues siempre lo hemos hecho con emisoras de RCN radio que son los que tiene como la mayor apertura a estos municipios y también lo hacemos hasta en canales de televisión, también se promocionan; yo creería que la parte de promoción estamos bien.

Entrevistador: Listo, vale, muchas gracias por tu entrevista

Entrevistado(a): A ustedes chicas.

Anexo 2: Estructura de encuesta realizada a habitantes de Bogotá

Objetivo: Indagar si existe potencial turístico en el municipio de Choachí, a través de la participación activa de los habitantes de la ciudad de Bogotá en las festividades que se celebran en el municipio.

1. Edad _____

2. Genero Hombres Mujer**3. ¿Conoce el municipio de Choachí Cundinamarca?** Sí No**4. En el municipio se pueden realizar diferentes actividades turísticas. Marque la actividad que le gustaría realizar y/o participar** Ferias y fiestas Termales Gastronomía Práctica de deportes extremos**5. ¿Ha participado en alguna de las siguientes ferias y fiestas de Choachí? Marque a la(s) que haya asistido** Fiesta de la Virgen del Carmen – fiesta del campesino Semana cultural - fiesta de aniversario Las tradicionales ferias y fiestas (Puente de reyes)**6. ¿Cuántas veces ha asistido a las festividades del municipio?** 0 veces 2 veces 3 o más**7. ¿Ha escuchado sobre las festividades del municipio de Choachí por algún medio de divulgación? Marque cual** T.V. Radio Redes Sociales

Familiares

Amigos

8. ¿Cree usted que hace falta información acerca de las ferias y fiestas de Choachí?

Si

No

9. ¿Cuál cree usted que es la mayor dificultad para no haber visitado el municipio?

Falta de publicidad

Dinero

No le interesa

10. ¿Cuántos días permanecería en el municipio?

1 a 3 días

3 a 5 días

Ningún día

11. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el alojamiento?

Entre 50 a 70 mil

Entre 80 a 100 mil

Entre 100 a 120 mil

12. ¿Cuánto dinero invertiría durante su visita a Choachí?

Entre 150 a 250 mil

Entre 250 a 350 mil

Entre 350 a 450 mil

Anexo 3: Estructura entrevista realizada a los prestadores de alojamiento con RNT en el municipio

Entrevista semi-estructurada

Objetivo: Indagar sobre qué tipo de turistas se hospedan en los hoteles del municipio durante la celebración de las diferentes festividades realizadas en Choachí.

Lugar: Municipio de Choachí

Entrevistador: Susana Barrera – Lorena Garibello – Allison Gómez

Duración: Aproximadamente 15 minutos

Preguntas:

1. ¿Qué tipo de visitantes recibe, extranjeros o nacionales?
2. ¿Qué rango de edad tienen sus huéspedes?
3. ¿En qué festividad recibe más cantidad de visitantes?
4. ¿Cree usted que la existencia de las festividades incrementan la cantidad de turistas que se hospedan en su hotel?
5. ¿Qué aspectos negativos deja la llegada de visitantes al municipio?
6. ¿En su hotel se promociona de alguna manera las festividades?
7. ¿Considera usted que existe un apoyo en cuanto a promoción por parte de la alcaldía frente a las festividades?
8. ¿Qué tarifas maneja el hotel en las festividades?

Hotel Choachí

Entrevistador: Primera pregunta ¿qué tipo de visitantes recibe en el hotel, extranjeros o nacionales?

Entrevistado: Nacionales

Entrevistador: ¿En qué rango de edad?

Entrevistado: Son como de entre 30 y 50 años

Entrevistador: Ok, En qué festividad que se celebra en el municipio recibe mayor cantidad de visitantes, en las ferias y fiesta o en la semana cultural

Entrevistado: No, es más en ferias y fiestas

Entrevistador: Ok, ustedes de alguna manera promocionan estas festividades, para que se hospeden en su hotel

Entrevistado: No

Entrevistador: Considera que existe un apoyo de la alcaldía frente a estas festividades, en cuanto a que se hospeden en los hoteles que existen en el municipio

Entrevistado: No, es una dinámica inherente a la actividad, ósea el turista viene por la feria y por ende necesita donde ubicarse, pero no porque exista una política que el Estado llámelo así, que la alcaldía que le ayuden a ubicar

Entrevistador: Ok, considera que existe algún aspecto negativo de la llegada de varios visitantes al municipio

Entrevistado: Si claro

Entrevistador: ¿En qué sentido?

Entrevistado: El turista siempre trae unos conceptos culturales, y que en la medida en que los conceptos del municipio de la gente del pueblo, identifica entonces ayudan a cambiar esos temas culturales, si no hay unos buenos arreglos entre los muchachos de la sociedad se pueden fácilmente cambiar esos conceptos culturales

Entrevistador: Cree usted que la existencia de las ferias y fiestas incrementa la cantidad de turistas que se hospeda en su hotel a comparación de las que recibe un fin de semana

Entrevistado: Si claro

Entrevistador: Aproximadamente que cantidad de visitantes recibe durante las ferias y fiestas

Entrevistador: No, no tengo un dato pero pues es una de las, digamos que es un fin de semana porque las ferias prácticamente son un fin de semana, es un fin de semana que tiene unas condiciones diferentes por los artistas, por las actividades culturales, por las actividades de recreación, por todos los eventos que se hacen, cosa que no pasa otro fin de semana porque en otro fin de semana no hay mayor actividad.

Hotel Girasoles

Entrevistador: Primera pregunta ¿qué tipo de visitantes recibe, extranjero o nacional?

Entrevistado: Ambas

Entrevistador: ¿Cuál de estos recibe más extranjero o nacional?

Entrevistado: Nacional, obviamente

Entrevistador: ¿En qué rango de edad?

Entrevistado: Pues eso sí, más que todo por ahí de 20 años a 60, pero igual viene adulto mayor

Entrevistador: ¿En qué festividad que se celebra en el municipio recibe más visitantes?

Entrevistado: En las ferias y fiestas

Entrevistador: Ustedes como hotel, ¿promocionan de alguna manera estas festividades?

Entrevistado: Yo por mi parte no, los otros de pronto sí, pero yo por mi parte no porque es pequeño mi alojamiento y yo vivo y lo que me llega aquí lo atiendo.

Entrevistador: ¿Considera que existe un apoyo de la alcaldía frente a estas festividades, en cuanto a que se hospeden en este tipo de hoteles?

Entrevistado: Si claro, mediante el voz a voz

Entrevistador: Cree usted que la existencia de las ferias incrementa la cantidad de turistas que se hospedan en su hotel

Entrevistado: Claro, obviamente

Entrevistador: ¿Qué aspectos negativos deja la llegada de tantos visitantes, considera que hay algún aspecto negativo?

Entrevistado: Pues lo negativo, es que también vienen ladrones, entre la gente buena vienen para las ferias mucho ladrón también, que se aprovecha de la demás gente, carros y todo, que se van metiendo y robando a las casas a los carros también

Hotel Oasis

Entrevistador: ¿Qué tipo de turistas recibe en los días de ferias y fiestas, extranjeros o nacionales?

Entrevistado: De todo tipo de turistas, aquí vienen nacionales y extranjeros, la mayoría viene de Bogotá y de los pueblos cercanos.

Entrevistador: ¿En qué rango de edad?

Entrevistado: Como entre 20 y 50 años

Entrevistador: ¿En qué festividad recibe más turistas?

Entrevistado: En las ferias y fiestas, en la de enero, en los festivos también se ve harta gente y en la semana santa, aquí vienen turistas todos los fines de semana, ellos casi siempre vienen para irse a los termales por lo que ese es un sitio turístico de Choachí, además está la Chorrera.

Entrevistador: ¿Considera usted que los turistas vienen más por termales o por ferias y fiestas?

Entrevistado: Es relativo, aunque por ferias y fiestas vienen más personas

Entrevistador: ¿En cuál actividad que se realiza durante las ferias y fiestas participan más turistas?

Entrevistado: En las noches es cuando vienen los artistas y las orquestas y es ahí donde se ven más turistas

Entrevistador: ¿Qué otras actividades se realizan durante las ferias y fiestas?

Entrevistado: Se hacen cabalgatas, corridas de toros, hacen desfiles de carrozas desde arriba en la peña hasta el parque principal y se realizan misas y la bendición a los carros en la fiesta de la Virgen del Carmen respectivamente

Entrevistador: ¿Considera que existe un apoyo de la alcaldía frente a estas festividades, en cuanto a que se hospeden en hoteles del municipio?

Entrevistado: De que yo esté enterada no hay ningún tipo de apoyo por parte de la alcaldía.

Entrevistador: Ustedes como hotel, promocionan de alguna manera estas festividades?

Entrevistado: No, nosotros como hotel no promocionamos las ferias del municipio

Entrevistador: Considera que la llegada de turistas ha perjudicado a Choachí, en cuanto a inseguridad, en cuanto a que dejan mucha basura

Entrevistado: En cuanto a inseguridad sí, porque por decir aquí nunca se ve que roben, este es un pueblo muy sano y en la época de las ferias sí; porque viene gente de todas partes y viene gente que preciso viene a robar.

Entrevistador: ¿Qué Aspectos positivos trae para el municipio el desarrollo de las ferias y fiestas?

Entrevistado: Positivas por ejemplo esa época es mejor para los locales, para los hospedajes

Hotel Puertas del Sol

Entrevistador: ¿Qué tipo de visitantes recibe en el hotel, extranjeros o nacionales?

Entrevistado: De todo, aunque la mayoría son nacionales y viene de la ciudad y de los pueblos más cercanos

Entrevistador: ¿En qué rango de edad?

Entrevistado: Son como de entre 25 y 50 años

Entrevistador: Según su percepción ¿en qué celebración el municipio recibe mayor cantidad de visitantes?

Entrevistado: En las ferias y fiestas de enero es cuando llegan más turistas y para nosotros es la mejor época, es tanto así que a veces el hotel no da abasto y eso que la tarifa de la noche sube el doble.

Entrevistador: Ustedes como hotel, ¿promocionan de alguna manera estas festividades?

Entrevistado: Yo por mi parte no, eso lo debe hacer es la alcaldía ellos a veces lo hacen por la emisora o con perifoneo en los carros.

Entrevistador: ¿Considera que existe un apoyo de la alcaldía frente a estas festividades?

Entrevistado: Pues si ellos promocionan eso acá en el municipio en la emisora.

Entrevistador: ¿Usted cree que existe algún aspecto negativo de la llegada de varios visitantes al municipio?

Entrevistado: No, para mí como hotel solo hay ventajas en lo económico entre más turistas mejor para nosotros

Entrevistador: Cree usted que la existencia de las ferias y fiestas incrementa la cantidad de turistas que se hospeda en su hotel a comparación de las que recibe un fin de semana

Entrevistado: Si, como le dije en las ferias de enero es nuestra mejor época se llena mucho de turistas

Hotel Luna Nueva

Entrevistador: ¿Qué tipo de visitantes recibe en el hotel, extranjeros o nacionales?

Entrevistado: Más que todo se quedan nacionales, porque los extranjeros vienen en plan mochileros y por los precios del hotel no les alcanza.

Entrevistador: ¿En qué rango de edad?

Entrevistado: La mayoría son jóvenes, y de la tercera edad también pero más como plan en familia pero mamoneos son como de entre 21 y 50 años

Entrevistador: Según su percepción ¿en qué celebración el municipio recibe mayor cantidad de visitantes?

Entrevistado: En las ferias y fiestas de enero es cuando llegan más visitantes y se duplica el costo y los hoteles no da abasto y mucha gente se queda bailando en la plaza o viajan el mismo día porque todo el día hay transporte hasta tarde.

Entrevistador: Ustedes como hotel, promocionan de alguna manera estas festividades?

Entrevistado: No, nosotros no

Entrevistador: ¿Considera que existe un apoyo de la alcaldía frente a estas festividades?

Entrevistado: Si los de la alcaldía promocionan por sábados felices y en las busetas que vienen de Bogotá les ponen carteles anunciando las ferias y fiestas

Entrevistador: ¿Considera usted que existe algún aspecto negativo de la llegada de varios visitantes al municipio?

Entrevistado: No, en realidad es bueno porque los fines de semana es cuando nosotros nos recuperamos porque hay a veces que entre semana no llega ni un turista.

Entrevistador: Cree usted que la existencia de las ferias y fiestas incrementa la cantidad de turistas que se hospeda en su hotel a comparación de las que recibe un fin de semana

Entrevistado: Sí yo diría que aumenta arto, cuando hay ferias y fiestas llega más gente de la que se acostumbra para un fin de semana

Aparta hotel Bellavista

Entrevistador: Qué tipo de turistas recibe en su hotel ¿Nacionales o Extranjeros?

Entrevistado: Aquí se vienen a hospedar en su mayoría nacionales

Entrevistador: ¿Cuál es el rango de edad de los turistas?

Entrevistado: Vienen de todas las edades pero así para decir un rango de edad diría que entre los 25 y 60 años

Entrevistador: ¿En qué festividad recibe más turistas?

Entrevistado: En las ferias y fiestas ya que en esta invitan diferentes artistas y es mayor la cantidad de personas que visitan el municipio

Entrevistador: Usted promociona de alguna manera las festividades del municipio

Entrevistado: No de ninguna manera las promociono

Entrevistador: Usted sabe de algún apoyo en cuanto a las festividades por parte de la alcaldía

Entrevistado: No estoy enterada de ningún apoyo de la alcaldía que nos involucre como hotel

Entrevistador: ¿Cree usted que la existencia de las ferias incrementa la cantidad de turistas que se hospedan en su hotel?

Entrevistado: Claro que si para las ferias y fiestas que se realizan durante el año en el municipio, la cantidad de turistas aumenta y por consiguiente las personas buscan dónde hospedarse así mismo incrementa el valor de las habitaciones.

Entrevistador: ¿Qué aspectos negativos deja el incremento de turistas para el municipio?

Entrevistado: Creo que la inseguridad teniendo en cuenta que vienen personas de diferentes lugares y tal vez el aumento de basura en las calles.