



MINCA COMO DESTINO TURÍSTICO GASTRONÓMICO

Jorge Yamith Castro Mendoza

Universidad Magdalena

Facultad (Empresariales)

Programa (Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras)

Santa Marta, Colombia

2022



Minca como destino turístico Gastronómico

Jorge Yamith Castro Mendoza

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de:
Administrador de empresas turístico y hotelero

Director (a):

Colombia Sandra Patricia Jaramillo Botero

Universidad del Magdalena Facultad

Facultad (Empresariales)

Programa (Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras)

Santa Marta, Colombia

2022

Nota de aceptación:

Aprobado por el Consejo de Programa en cumplimiento de los requisitos exigidos por el Acuerdo Superior N° 11 de 2017 y Acuerdo Académico N° 41 de 2017 para optar al título de (Administrador de empresas turístico y hotelero)

Jurado

Jurado

Santa Marta, ____ de ____ de _____

Dedicatoria

Dedico esta tesis a DIOS por acompañarme en este proceso, A mi madre por guiarme, por ser ejemplo de superación y esfuerzo. A mi familia por su amor, motivación y darme su apoyo incondicional. Los Amo.

A tu memoria querida abuela...

Agradecimientos

A mí, tutora Colombia Sandra Patricia Jaramillo Botero, por ser excelente profesional y que con su apoyo y colaboración me permitió gozar de su conocimiento para el desarrollo de esta investigación. A mi madre, Familia, pareja y amigos por apoyarme, ayudarme a superar un peldaño más de mi vida.

A la Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias empresariales y económicas, y su programa de administración de empresas turísticas y hoteleras

Por haberme abiertos sus puertas y brindarme la oportunidad de aprender, adquirir nuevos conocimientos tanto profesionales como personales.

A mis profesores por habernos instruido a estudiar, para tener una buena preparación tanto profesional como personal para mi futuro.

A las Personas, que en todo momento tuvieron la disposición de prestar su apoyo, orientación y su facilidad de expresión y técnicas que me ayudaron a culminar este proyecto.

Gracias por su gran aporte, se lo agradezco...

Resumen

Se ha evidenciado que en los últimos años la gastronomía se ha convertido en un elemento indispensable para conocer la cultura y el modo de vida de un territorio al responder a valores clásicos que se asocian a las nuevas tendencias en el turismo: respeto a la cultura y a la tradición, vida saludable, autenticidad, sostenibilidad, experiencia. Por lo anterior, se decide investigar acerca de la oferta gastronómica en el sector del corregimiento de Minca en Santa Marta, que cuenta de técnicas tradicionales y gastronomía de origen y además permite al turista no solo degustar los platillos, sino adentrarse a través de ellos en la cultura y tradiciones del pueblo. Este sector se ha ido popularizando en los últimos años por la afluencia masiva de visitantes locales, nacionales y extranjeros, sumado de muchos emprendimientos comerciales a beneficio de la actividad turística que va desde la hostelería, gastronomía y actividades de esparcimiento integrado dentro de los conceptos del turismo ecológico y turismo rural, turismo comunitario, y turismo étnico, destino en crecimiento que motiva a llevar un tema de investigación para generar nuevo conocimiento a personas que están estudiando la carrera de turismo, pero también para egresados y operadores del sector turístico que podrán hacer uso de la información producto de la investigación aquí consignada para crear y mejorar sus paquetes turísticos. Aunque existe una amplia oferta de gastronomía del mundo hoy en día, al turista le parece interesante comprender la idiosincrasia de un lugar o región a través de sus costumbres y dentro de ellas la gastronomía, especialmente de lugares con gran riqueza cultural y ancestral como lo es Minca.

Abstract

It has been detected that in recent years gastronomy has become an essential element for learning about the culture and way of life of a territory by responding to classic values that are associated with new trends in tourism: respect for culture and tradition, healthy life, authenticity, sustainability, experience. Due to the above, it was decided to investigate the gastronomic offer in the sector of the district of Minca in Santa Marta, which has traditional techniques and gastronomy of origin and also allows tourists not only to taste the dishes, but to enter through them into the culture and traditions of the people

Keywords: Minca, Turismo Gastronómico, Gastronomía de origen, Sostenibilidad, Turismo comunitario, Inventarios turísticos, Diversidad cultural y Patrimonio cultural.

Contenido

Resumen	VII
Abstract.....	VIII
Introducción	14
Justificación	16
Fundamentación.....	18
1.1. Marco de referencia.....	21
1.2. Gastronomía colombiana.....	21
1.3. Marco conceptual	25
1.4. Marco Legal	27
1.5. Otras normativas aplicables	29
1.6. Tipo de trabajo	29
1.7. Enfoque	29
1.8. Metodología	30
1.9. Diseño.....	30
1.10. Selección de muestra	30
1.11. Recolección de la información	30
1.12. Análisis de la información y presentación de resultados.....	31
1.13. Pregunta Problema.....	31
1.14. Objetivo General.....	31
1.15. Objetivos Específicos	31
Capítulo 1.....	33
1.16. Introducción.....	33
1.17. Objetivos Específicos	33
Capítulo 2.....	37
1.18. Objetivos específicos del capítulo	37
1.19. Introducción al capítulo	37
1.20. Matriz Dofa.....	39

	10
1.21. Tipo de ruta.....	40
1.22. Perfil del cliente objetivo.....	41
1.23. Estructura de la ruta.....	41
1.24. Parada con estancia.....	42
1.25. Nombre de la ruta	44
1.26. Alojamiento	45
1.27. Alimentación	46
1.28. Actividades recreativas.....	47
1.29. Caminata con aroma a café: Trilladora Ana.....	49
1.30. Itinerario	53
1.31. Target.....	55
1.32. Costos y precio de venta ruta.....	55
Conclusiones.....	59
Inventarios turísticos.....	61
Referencias	79

Lista de figuras

Figura 1. <i>Inventario de atractivo turístico</i>	34
Figura 2. <i>Inventario de patrimonio cultural</i>	34
Figura 3. <i>Resumen de inventario de Minca</i>	35
Figura 4. <i>Clasificación de bienes y atractivos</i>	35
Figura 5 <i>Metodología para la elaboración de inventarios en atractivos turísticos en Colombia</i>	36
Figura 6 <i>Logo de la ruta turística</i>	37
Figura 7 <i>Punto de partida de la ruta</i>	42
Figura 8 <i>Ruta Santa Marta- Minca</i>	42
Figura 9 <i>Ruta Minca – Estancia</i>	42
Figura 10 <i>Imagen aérea de la Estancia</i>	43
Figura 11 <i>Imagen panorámica de la estancia</i>	44
Figura 12 <i>Empresa Cootransminca</i>	45
Figura 13 <i>Ruta Hostal- Restaurante Casa Cristi</i>	46
Figura 14 <i>Pozo azul panorámica global</i>	47
Figura 15 <i>Pozo azul inicio del atractivo</i>	48
Figura 16 <i>Ruta hacienda Pozo Azul</i>	48
Figura 17 <i>Fritos típicos</i>	48
Figura 18 <i>Ruta hacienda la Victoria</i>	49
Figura 19 <i>Panorámica de la hacienda la Victoria</i>	50
Figura 20 <i>Panorámica de la cervecería Nevada con las cervezas de su producción</i>	50

Figura 21 <i>Sancocho trifásico</i>	51
Figura 22 <i>Cocina restaurante Casa Cristi</i>	51
Figura 23 <i>Restaurante Casa Cristi</i>	52
Figura 24 <i>Panorámica de la piscina del hostel</i>	53

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz DOFA</i>	39
Tabla 2 <i>Costo de producción de la ruta</i>	55
Tabla 3 <i>Cotización de la ruta por persona y por grupo en temporada alta</i>	56
Tabla 4 <i>Cotización de la ruta por persona y por grupo en temporada baja</i>	56
Tabla 5 <i>Punto de equilibrio en temporada alta</i>	56

Introducción

Esta investigación parte de la necesidad de reconocer y apreciar las tradiciones gastronómicas del corregimiento de Minca del distrito de Santa Marta, debido al poco conocimiento y valoración que turistas y locales dan a los sabores, sensaciones y aromas que la cocina típica del Magdalena posee. Esto conduce a la búsqueda de factores y elementos que ayuden a desarrollar gastronómicamente el municipio de Minca a, a través de una ruta que además beneficie a empresas del sector, impacte positivamente la comunidad y en la que se involucren las autoridades locales. En este sentido, el presente trabajo de investigación pretende analizar y definir las características que necesita el corregimiento de Minca para convertirse en un destino turístico gastronómico, representado por una ruta que involucre la cocina típica de la zona, para ello, se establecerán los factores y beneficios del desarrollo de dicha ruta turística, se hará una propuesta y se definirán los medios para difundirla, además, se describirán los alimentos y productos que están involucrados en la cocina típica del Magdalena. La propuesta de desarrollar una ruta gastronómica en Minca no solo se hace con el fin de promover la cocina típica del Magdalena, también se busca diversificar la oferta turística en el distrito de Santa Marta en el corregimiento de Minca, que es un destino que cuenta con una gran riqueza cultural que gira en torno a sus alimentos. Es muy importante salvaguardar esta cualidad en el destino, puesto que las tradiciones culinarias forman parte de la cultura de un país y olvidarlas es desconocer el pasado y la historia del mismo. Así bien, desarrollar Minca como un destino gastronómico implica consolidar la cultura heredada por los indígenas primeros habitantes de la zona, valorizar los alimentos, dinamizar la economía del corregimiento, generar distintivos de calidad como denominaciones de origen o productos orgánicos. El tipo de trabajo que se utilizó para la realización fue de forma empírica, tomando como bases documentos e investigaciones existentes del tema que sirvieron de

guía para poder plantear las bases de la investigación, partiendo de esto mismo se concluyó que sería una investigación con enfoque mixto por la escasa información que se tiene del mismo, Es preciso mencionar que este método permitió desarrollar un estudio a través de un procedimiento compuesto por etapas. En primer lugar, se presenta un marco de referencia que consiste en una descripción conceptual de los elementos más importantes para la investigación, con el fin de tener claridad sobre los conceptos entorno a los cuales giró el estudio; y después se define el marco metodológico. Posteriormente se realiza un diagnóstico en el s capítulos 1en los que se describe el destinos turísticos, alimentos de la región y los factores que harán posible la ruta. Luego, se diseña y presenta una propuesta de la ruta turística en el capítulo 3 basado en los lineamientos dados por el Ministerio de Industria Comercio y turismo para la realización de una ruta turística y finalmente se muestran las conclusiones y recomendaciones del trabajo de grado.

Justificación

A diario se ve que en la región caribe de Colombia se promocionan diferentes tipos de turismo de aventura, ecoturismo y otros que, aunque ofrecen muchas veces en su oferta productos gastronómicos, no se le da el protagonismo que amerita este sector tan importante. Incluso se encuentran otros proyectos de grado relacionados con el destino, correspondientes a estudiantes de Turismo de la Universidad de Magdalena, como es el caso de la “ Ruta Exoturística de Minca “ proyecto resultante de diplomado el cual contempla el turismo relacionado con la variedad y riqueza de fauna, flora y ecosistemas sostenibles la cual podría conectar en un momento dado con el objeto de esta investigación que contempla también la variedad y riqueza para este caso de la gastronomía ancestral del pueblo de Minca.

Este tipo de turismo es importante porque permite a los turistas conectarse con la cultura propia de forma experiencial a través de sus sabores, técnicas de cocción, ingredientes tradicionales y costumbres, dejando en el turista sensaciones cargadas de vivencias a través de sabores y prácticas participativas que le permiten tener experiencias que le exalten los sentidos.

“Boniface (2003), explica el fenómeno gastronómico como un avance importante en la imagen de un destino, al convertirse en un atractivo turístico con personalidad propia, que aporta rasgos diferenciadores al lugar y puede convertirse en una atracción turística por sí misma. Además, el turismo culinario implica múltiples beneficios para el destino receptor.

El turismo gastronómico es relevante no solo porque beneficia una ciudad, sino también porque afecta positivamente a su entorno incentivando así la economía local desde la pesca, la agricultura, la ganadería, cada trabajador y proveedor del sector turismo – gastronómico, beneficiando principalmente a personas de la región contribuyendo a la sostenibilidad del destino y aportando al desarrollo turístico de la región.

Por otra parte, el propósito investigativo del presente trabajo para acceder al título de Administrador de Empresas turísticas y hoteleras, es el de conocer cómo la gastronomía puede influenciar a nivel general y potencializar el turismo en el corregimiento de Minca a través de sus comidas, de sus raíces y culturas, y en cómo esta ha incentivado a la creación de nuevas empresas generando empleos que aportan cantidades importantes al PIB de la zona. (Fuente: Cuentas departamentales- DANE. Fecha de Publicación: 25 de junio de 2021)

Por tal razón, se considera la importancia de investigar y analizar la posibilidad de dar posicionamiento a la región escogida, estudiando su comportamiento, trayectoria y características, teniendo en cuenta que es una localidad pequeña y en etapa de desarrollo turístico, con gran número de atributos que podrían facilitar el diseño y planeación de rutas turísticas al destino por futuros estudiantes, egresados y operadores de turismo debidamente estructuradas y normalizadas a fin de que no afecten el entorno, sino que contribuyan a la sostenibilidad del destino.

Además, el conocimiento de la gastronomía de la zona podría aportar no solo a la academia, sino a los operadores turísticos de la región, resaltando la identidad y ancestralidad de la comunidad del pueblo Minca, aportando de esta manera a la compilación de la gastronomía colombiana.

Fundamentación

El concepto de Turismo Gastronómico que ofreció Oliveira (2007), donde dijo que el turismo gastronómico es aquel que “visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en los festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal de viajar” (p. 262). Parte fundamental de la infraestructura económica y comercial de un país está constituida por los servicios que no sólo los producen o consumen, sino que también fortalecen la competitividad de la economía en general. es pertinente tener en cuenta “El servicio cualquiera que sea su valor agregado constituyen el sector más importante y dinámico de la economía de los países. No solo revisten de importancia por sí mismos, sino que constituyen insumos esenciales en la producción y comercialización de las mercancías”. de acuerdo con Brida, Monterubbianes y Zapata (2011), se encuentran los relacionados con el “ingreso por divisas, la contribución al ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio que puede generar en una economía” (p. 292).

Adicionalmente, vale la pena mencionar que de acuerdo con Richards (2002) el “hábito de llevar consigo alimentos y bebidas típicas de los lugares visitados se sustenta en el hecho de querer compartir aromas y sabores con familiares y amigos, de esa manera prolongar la agradable experiencia recreativa vivida en otros destinos” (citado por Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, 2008, p. 11). En consecuencia, el turismo gastronómico se perfila como algo complementario a las otras actividades turísticas. Lo anterior, debido a que las personas pueden visitar determinado atractivo turístico con un fin específico, pero si encuentran algún producto culinario característico de esa región, estarán tentados a comprarlo para compartir con sus

allegados al regresar a su lugar de origen. En este sentido los países que poseen ventajas comparativas en producción de servicios deben aprovechar los mercados internacionales para ampliar su producción, generar economías de escala y desarrollar ventajas competitivas.

Es precisamente el intercambio de servicios, el elemento que permite a los exportadores locales tener acceso a tecnologías más avanzadas y al know-how para desarrollar nuevas ventajas competitivas. Un examen a la gastronomía del Magdalena hace evidente dos factores determinantes al observador perspicaz: la riqueza natural y la diversidad cultural de la población, resultado de un abierto proceso de mestizaje entre indígenas, españoles, africanos, asiáticos y caucásicos de diversas nacionalidades europeas. Tal cual lo dice (Silva. 2015: 5). “...cocina diversa y abundante, influenciada por aportes árabes, chinos y mediterráneos, y desde hace más de un siglo viene construyendo y moldeando su propia identidad. Soportada en la riqueza de su despensa natural y en su diversidad cultural, resultado de un complejo mestizaje indígena, español, africano, asiático y caucásico...”

El turista que visita Santa Marta podrá darse cuenta de que, en los restaurantes y hoteles se encuentran junto a las arepas de huevo, pescados fritos, platos elaborados con exuberantes frutos del mar y fusión. No se encuentra más información de investigaciones que se han realizado sobre la gastronomía de Santa Marta y el Magdalena, pero haciendo un análisis de estudios realizados en diferentes departamentos y ciudades del país, se puede percibir la importancia que este tema aporta a la economía local. Para resaltar se puede tomar como referencia la investigación que se realizó al Mercado de Basurto de la ciudad de Cartagena por Jiménez-Prado, C., Riaño, V.S., Gómez, & J.R.S. el cual fue titulado | [El mercado de Basurto de Cartagena de indias (Colombia): de problema social a utopía cultural a través del turismo gastronómico y cultural]. En el que nos dan a conocer la investigación realizada en 2019 por estudiantes y profesores del Programa de

Publicidad de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. El proyecto surge en el marco de la iniciativa Alma de la Tierra, que en el 2019 abordó los problemas del Mercado Basurto, con el objetivo de buscar posibles soluciones desde la comunicación publicitaria. La metodología utilizada fue cualitativa en la naturaleza y los métodos fenomenológicos y etnográficos. ¡El resultado publicitario del estudio fue la campaña “Basurto está Montao!”, El concepto fue generar arraigo cultural y responsabilidad en el entorno del Mercado Basurto en los propios bazurteros. Esta campaña fue presentada en el panel: “Alma de la Tierra” realizado en el marco de la Cumbre Latinoamericana de Economía Creativa. Esta investigación nos identifica de gran manera, debido a la cercanía de cultura que se podría decir nos une por ser dos ciudades con historias similares que compartimos una misma región. Otra investigación que tiene similitud con nuestra investigación y de manera más general a nivel de departamento es la realizada por los investigadores Castellón Valdez, Luz Mary; Fontecha Joaquín, la cual es titulada. La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo. Y el fortalecimiento de la identidad del Santander. Este artículo comprende una investigación cuyo fin es analizar la gastronomía como un instrumento con el cual se podría potencializar el turismo y resaltar la identidad cultural de los pueblos santandereanos. Para alcanzar este objetivo, se emprendió un estudio de tipo exploratorio por medio del cual se logró un primer acercamiento al problema. Los resultados obtenidos permitieron plantear un diseño inicial de una ruta gastronómica en Santander, como estrategia para impulsar el turismo en la región y resaltar el vínculo que históricamente han creado los santandereanos entre el territorio y los alimentos que en él se producen y que hoy constituyen un elemento de su identidad regional. El recorrido de la ruta comprende los municipios de Los Santos, Villanueva, Guane-Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucuri. Estos espacios fueron seleccionados por poseer una destacada producción agrícola, agroindustrial y culinaria, así como una riqueza natural

e histórica, cuyos productos serán parte del itinerario de la ruta, esta investigación fue de gran importancia para la construcción de la identidad gastronómica en el Santander.

1.1. Marco de referencia

Para iniciar la fundamentación conceptual, es pertinente tener en cuenta el concepto de Turismo Gastronómico que ofreció Oliveira (2007), donde dijo que el turismo gastronómico es aquel que: “visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal de viajar” (p. 262)

Boniface (2003), por su parte, explica “el fenómeno gastronómico como un avance importante en la imagen de un destino, al convertirse en un atractivo turístico con personalidad propia, que aporta rasgos diferenciadores al lugar y puede convertirse en una atracción turística por sí misma. Además, el turismo culinario implica múltiples beneficios para el destino receptor. Cada vez son más numerosas las acciones de conservación y recuperación del patrimonio gastronómico como la transmisión de las recetas ancestrales o la conservación de las formas de cocina tradicional” (p. 3)

1.2. Gastronomía colombiana

Se destaca la diversidad cultural de Colombia, visible en las diferentes manifestaciones culturales, propias también de la cocina. “Al igual que con la música, hay muchas cocinas, por lo que es difícil hablar de un solo plato o, incluso, un concepto que represente y caracterice la gastronomía colombiana.” Por esta razón, al hablar de la identidad colombiana, hay que tener en cuenta las identidades regionales, entre las cuales se encuentran: Caribe, Antioquia y Eje Cafetero,

Suroccidente y Pacífico, Santander, Región Cundiboyacense, Huila y Tolima, San Andrés y Providencia, Amazonia y Orinoquia. Paralelamente, en el contexto culinario colombiano, ya se ha consolidado una oferta de cocinas internacionales reconocidas y muy bien evaluadas como la italiana, la china y la árabe. (Pigmalión, 2009, p. 56)

De acuerdo con lo dicho por algunos autores, potenciar el turismo gastronómico en una región puede dejar grandes beneficios en esta, no solo en términos de generación de empleos, tejido empresarial, tributación, etc.; sino que también redundará en réditos para la conservación y recuperación de valores inmateriales y culturales, los cuales en la escala turística ocupan un renglón trascendental.

En el mismo año, la Organización Mundial del Turismo asegura que la gastronomía genera un impacto cercano al 30% de los ingresos económicos de un destino y, ante ese potencial, Procolombia señaló que adelanta una estrategia para que la riqueza cultural del país se reconozca en mercados clave como Estados Unidos, México, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Brasil, España y Alemania.

En el año 2011, en Croacia se anuncia la creación de la marca "Cocina croata" para distinguir los locales que en sus menús ofrezcan como mínimo un 70 por ciento de platos tradicionales, con la idea de que la gastronomía sea uno de los principales atractivos turísticos.

En el año 2013, Lázaro G, comenta en un artículo que una de las actividades que más atrae a los turistas es la gastronomía, la comida es una de las cosas que logra conseguir despertar el interés de los visitantes, ya que captura la esencia del lugar donde se prepara. La comida local nos da a conocer las actividades culturales de la zona, la forma en que se produce, cocina y se consume nos da una idea acerca del quehacer de una población determinada. Por ello, la comida típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos.

Es evidente entonces que la gastronomía y la cultura al unirse generan un bienestar local con mayor ingreso y probabilidades de crecimiento y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Posterior al año 2013, Julia María Espinosa dice que la importancia de la gastronomía en el turismo se debe al aporte de la diversidad y al estímulo local, regional y nacional para el desarrollo económico. Además, de que incluye saberes ancestrales y valores sostenibles basados en el territorio, el medio ambiente, el agua, la cultura y los productos locales, la autenticidad y un sin número de leyendas y tradiciones.

Se puede decir que gracias a la gastronomía se obtienen ventajas que influyen en el crecimiento de un destino para que sea turístico y que sin la ayuda de la región como tal se dificulta obtener estas ventajas económicas ya que las personas locales son los principales protagonistas de ese desarrollo.

En ese mismo año Pineda, H., Solís, M., & Sánchez. J menciona que el investigar la gastronomía genuina de un destino turístico conduce a descubrir y encontrar evidencias de la calidad que caracterizan las delicias de las recetas tradicionales que con el transcurso del tiempo han prevalecido como patrimonio cultural intangible que preservan la cocina primigenia, llena de tradiciones y mezcla de sabores, así como, el legado que ha perdurado a través de un cúmulo de generaciones en el devenir de la historia de un pueblo con el que se busca integrar la gastronomía como producto sustentable para la economía del destino.

En al año 2017 Fabián Llanos, indica que las relaciones entre un territorio y la producción del alimento no solo intervienen en el reconocimiento de la identidad, sino que además pueden llegar a potenciar las posibilidades de desarrollo gastronómico en el país, contribuyendo a la comprensión de la gastronomía como un factor potencial del turismo

Según Llanos, la gastronomía más que definir e identificar un lugar, juega un papel más importante para el desarrollo de un territorio, ayudando a un mayor auge de visitas de turistas al sitio, generando un desarrollo y reconocimiento que favorezcan los ingresos monetarios y el crecimiento incluso en infraestructura.

En el año 2018 Luz MC nos dice que en los tiempos presentes se está valorizando la gastronomía no solo como un instrumento con el cual se podría potencializar el turismo de una región, sino también como ese referente cultural que conforma el legado histórico de una comunidad, territorio o región.

De esta misma manera se puede decir que no solamente en los tiempos presentes, también para los próximos años se vendrán estableciendo estrategias para seguir potencializando el turismo gastronómico agregándoles un toque de cultura que muestre toda la idiosincrasia del lugar.

En el mismo año, la OMT afirma que la unión entre Gastronomía y turismo ofrece, por lo tanto, una plataforma para revitalizar culturas, conservar el patrimonio material e inmaterial, empoderar a las comunidades y fomentar el entendimiento intercultural.

Según Ruiz T, en el 2018 dijo en una revista de turismo de Costa Blanca que el turismo gastronómico es uno de los más dinámicos y uno de los que más en alza está, ya que no deja de crecer constantemente, diremos que es obvio que cuando se mencionan en el mismo dialogo las palabras turismo y gastronomía se refiere a un turista o visitante el cual una de sus motivaciones en el momento de viajar es la gastronomía de la ciudad a visitar, su tradición y, sobre todo, conocer el producto local.

Y es que para nadie es un secreto que turismo sin gastronomía no sería turismo, en cada viaje, o cada estancia siempre hay un turista que, por simple necesidad primaria de alimentación,

adquiere los servicios gastronómicos de un lugar, ratificando que turismo y gastronomía siempre van de la mano

Anteriormente se afirma como los Millennials por ser una generación digital, hiperconectada y con altos valores sociales y éticos, se enfocan en las experiencias gastronómicas al momento de viajar, convirtiéndose en la población encargada de multiplicar la información acerca no solo de la gastronomía, sino de las diversas culturas que visitan, mostrando en sus redes sociales lo que para ellos es el atractivo de dicho sitio, fomentando entre sus seguidores y visitantes cibernautas un interés por saber más acerca de ello, un interés por vivir la experiencia del viaje a esos lugares, de conocer de sus costumbres y disfrutar sus comidas.

1.3. Marco conceptual

Un destino turístico no solo se define por su crecimiento económico sino también por lo cultural y social, para nosotros desarrollar un tema como la influencia de un sector económico como el turismo gastronómico debemos tocar temas como la DIVERSIDAD CULTURAL siendo este el conjunto de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos de una sociedad o grupo social, que comprende, además de las artes y las letras, los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 2001). Que nos lleva a saber que no solo nos debemos enfocar en lo económico sino en sus orígenes y tradiciones siendo este un factor importante a tener en cuenta. Así mismo se entiende la TRADICIÓN como factor de diversidad, en sector de las tradiciones y sus objetivaciones que han sido asumidas en el mundo globalizado como parte del “patrimonio inmaterial de la humanidad” y en la medida en que tenderían a enriquecer “la diversidad cultural y la creatividad humana” (UNESCO, 2004: 2). Nos indica que no debemos cambiar o transformarlas sino adaptarnos a ellas.

De la misma forma los atractivos turísticos son tan llamativos para los turistas y visitantes, atrayendo a personas interesadas en conocer tradición y cultura del lugar que visita esto potencia mucho un destino, De acuerdo a Ejarque (2003:27), “El DESTINO TURÍSTICO está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales y culturales o artísticos, y servicios”. Se le suma a esto un atractivo más, la gastronomía que reúne todo lo anterior en un plato. Con esta investigación se quiere conocer si este atractivo sería tan importante para potenciar una economía como la del corregimiento de Minca y evaluar así el comportamiento de los TURISTAS o VISITANTES, lo que se debe saber es que un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13). Y que el TURISMO no es más a la actividad de los visitantes (RIET 2008, párr. 2.9). brindando gran posibilidad de desarrollo local detectando en el sector gastronómico importantes y significativas posibilidades de evaluar.

La GASTRONOMIA es el estudio de la relación de la cultura y la comida (Bessiere, 1998; Scarpato, 2002; Contreras y otros, 2005; Espeitx, 2007).

La gastronomía no solo atrae a visitantes y turistas si no a los llamados TURISTAS GASTRONÓMICOS presentando ventajas importantes en comparación con otros segmentos de mercado, ya que por lo general muestran un alto nivel cultural y suelen tener una buena situación económica para solventar gastos de medios a elevados (poco sensibles al precio). Estos turistas exigentes, les importa la calidad y la autenticidad de la gastronomía y se requiere de poca promoción para atraerlos porque, normalmente, ya tienen el interés por visitar un lugar debido a que utilizan guías gastronómicas o revistas especializadas, y el boca a boca (Oliveira, 2007). A tener en cuenta en el estudio de mercado ese nicho de mercado, también contribuye a potenciar el destino turístico siendo un aporte investigativo el estudio del comportamiento presentado por ellos

con respecto a su GASTO TURÍSTICO, que hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET 2008, párr.4.2). Y derivado a esto su ACTIVIDAD O ACTIVIDADES en las estadísticas de turismo el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores (IRTS 2008, 1.2).

Compilando y analizando lo investigado se pretende identificar los puntos a evaluar y que se debe conocer para así tratar el tema de investigación propuesto.

1.4. Marco Legal

En este apartado se encuentra los contenidos relacionados con la normatividad vigente por medio de la cual se rigen los procesos participativos y para todos los aplicadores del ordenamiento jurídico, tanto del sector público, como del sector privado; por otro lado, existen aspectos legales que deben tomarse en cuenta para no infringir las leyes nacionales e internacionales, buscando con esto, hacer una referencia de todas las regulaciones que tienen relación con el tema a tratar, por consiguiente, comenzamos por:

Artículo 7. Derecho Al Turismo

El turismo como un derecho de todos los habitantes de nuestro planeta. Derecho que permitirá el acceso de la mayoría de los ciudadanos, al ocio, a los viajes y a las vacaciones. Se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes, de las personas mayores y personas con alguna

discapacidad. Se desarrollará el turismo social, que permitirá el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.

Decreto 343 2021:

Este decreto establece la voluntariedad de los Establecimientos de gastronomía y bares turísticos. Para todos los efectos legales, un establecimiento de gastronomía o bar adquiere la condición de "turístico" cuando voluntariamente decide clasificarse como tal y se inscribe en el Registro Nacional de turismo. Una vez obtenido el Registro, el establecimiento deberá cumplir con todos los deberes y obligaciones que trae esta condición, así como gozar de todos sus beneficios y promocionar su oferta o producto como turístico.

Constitución Política de Colombia 1991:

Se eleva a nivel constitucional la salvaguardia del patrimonio cultural; se establece como una obligación del Estado y de los particulares proteger las riquezas culturales y naturales de la nación: se reconoce como un fundamento de la nación el respeto y reconocimiento de su diversidad étnica y cultural, y se garantiza el derecho de los colombianos a acceder y disfrutar de su patrimonio cultural.

Ley 300 1996 con actualizaciones ley 1101 del 2006, ley 1558 del 2012 y Ley 2068 de 2020:

Esta ley tiene por objeto fomentar la industria turística nacional, propiciando un mejoramiento de la calidad de los productos y servicios ofrecidos por los diferentes prestadores de servicios turísticos, dentro de los cuales se encuentran los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.

1.5. Otras normativas aplicables

NTS-TS 004 2008

Esta norma cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo.

NTC-ISO-TS 22002 2018

Esta norma plantea los requisitos que se deben tener para cumplir con un buen sistema de gestión de seguridad alimentaria, en todos los establecimientos que presten este servicio, teniendo como objetivo primordial la inocuidad de los alimentos a lo largo del ciclo de producción hasta llegar al consumidor.

1.6. Tipo de trabajo

El tipo de trabajo empleado será de tipo empírica, ya que se partirá de investigaciones ya existentes de otras ciudades y se adaptaran al enfoque que se busca en esta investigación, se modificaran y se cambiaran los aspectos pertinentes que se deben tener en cuenta en este trabajo para que sea más efectivo el resultado.

1.7. Enfoque

El enfoque de la investigación será mixto; debido a que este tipo de enfoque no solo se basa en la recolección de los datos numéricos, si no en la investigación abierta en la cual nos podemos ayudar ya que se tiene muy poca información acerca de este tema de investigación en el corregimiento de Minca.

1.8. Metodología

Se implementará un alcance descriptivo debido que la investigación Boniface (2003) es conocer cómo la gastronomía ha influenciado a nivel general y ha potencializado el turismo del corregimiento del Minca a través de sus comidas, de sus raíces y culturas, y en cómo esta ha incentivado a la creación de nuevas empresas generando empleos aportando una cantidad significativa al PIB de nuestra localidad.

1.9. Diseño

El diseño de investigación de forma cualitativa, siendo el que más se adapta al trabajo de investigación, explicando el caso, así pues, se pretende realizar de dicha forma para comprobar si las teorías y modelos científicos realmente se adaptan, funcionan o son compatibles con el tema de investigación principal y para dar una respuesta a la pregunta problema.

1.10. Selección de muestra

La muestra escogida de tipo no probabilístico por medio de un criterio más específico e interpretativo, entendiendo que es el proceso de la recolección de datos permitiendo entonces combinar principalmente conceptos a través de diferentes autores de estudio, trabajos de investigación, tesis, libros científicos, revistas científicas, entre otros.

1.11. Recolección de la información

El tipo de recolección de la información se realiza de forma secundaria debido a que el proyecto se trabaja de forma muy implícita con la recolección de información de fuentes internas como lo son las bases de datos de otras investigaciones, libros científicos, y de forma externa como

guías y folletos internacionales. De tal modo que permitieran el análisis de las estrategias se pueden acoger a las necesidades que presenta el corregimiento en materia de turismo gastronómico.

1.12. Análisis de la información y presentación de resultados

Para el análisis y presentación de los resultados, se utiliza la base de datos con que cuenta la Universidad del Magdalena, en donde se recopilan mayor parte de las fuentes bibliográficas citadas en el trabajo con apoyo. En este orden los resultados obtenidos a través de este sistema se distribuyen en tres capítulos que recopilan y organizan textos, audios o archivos de datos visuales interrelacionados con el tema de investigación para mantener el control del proceso.

1.13. Pregunta Problema

¿Qué alternativas de turismo y gastronomía tradicional del sector de Minca en la ciudad de Santa Marta se puede resaltar a partir del diseño de una ruta turística?

1.14. Objetivo General

Reconocer la oferta de turismo gastronómico de origen y tradicional en el sector de Minca de la ciudad de Santa Marta.

1.15. Objetivos Específicos

- Levantar los inventarios turísticos inmateriales de su gastronomía, así como los inventarios materiales de sus atractivos.
- Proponer una ruta turística centrada en la gastronomía de la Región.

Capítulo 1

Inventarios turísticos inmateriales de su gastronomía, así como los inventarios materiales de sus atractivos.

1.16. Introducción

En este capítulo se realiza los inventarios inmateriales de la gastronomía del sector de Minca, y los inventarios materiales de los atractivos y destinos del corregimiento de Minca en los que se delimitara la ruta turística, bajo los parámetros y criterios del ministerio de turismo, creando una plantilla única para la realización de los mismo.

1.17. Objetivos Específicos

Levantar los inventarios inmateriales de la gastronomía en Minca

Levantar los inventarios materiales del destino

Después de realizar un recorrido por el corregimiento de Minca, hablar con sus habitantes y personas que se asentaron en este mágico lugar, se logra constatar que las personas nativas aún se encuentran muy reacias a la idea y al crecimiento que se tiene del turismo en esta zona, y es por eso que nace la idea de crear esta ruta para brindarle a la comunidad una propuesta de turismo sostenible, rescatando la cultura y la ancestralidad de la zona, enfocando la gastronomía como pilar fundamental de este mismo, y así poder rescatar su historia gastronómica que se ha venido desplazando por forasteros que están tomando posesión en la localidad, trayendo sus propias costumbres gastronómicas.

Figura 1. *Inventario de atractivo turístico*

1	<i>Casa familia Polo</i>
2	<i>Pozo azul</i>
3	<i>Restaurante cafłcosta</i>
4	<i>Trilladora Ana</i>
5	<i>Cervecería la Nevada</i>
6	<i>Fábrica de cacao</i>
7	<i>Hostal</i>

Figura 2. *Inventario de patrimonio cultural*

1	<i>Cerveza artesanal</i>
2	<i>Fritos típico</i>
3	<i>Plátano asado con queso y bocadillo</i>
4	<i>Arepa asada de queso</i>
5	<i>Chica</i>
6	<i>Café</i>
7	<i>Guarapo de caña</i>
8	<i>Cayeye</i>
9	<i>Sancocho trifásico</i>
10	<i>Gallina criolla</i>
11	<i>Lonja de mango</i>

Figura 3. Resumen de inventario de Minca

INVENTARIO TURÍSTICO														
Cuadro Resumen														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calif.	Loc	Reg	Nal	Int	Calif. Total
RESTAURANTE CAMARITA	1.1	8	8	10	10	8	10	10	64				30	94
HACIENDA LA VICTORIA	1.2	10	10	10	10	8	10	8	66				30	76
CERVECERIA NEVADA	1.3	10	10	8	9	5	8	8	58				30	59
HASTAL CHUNUU GLAMPING MINCA	1.4	10	7	9	9	9	10	5	59				30	89
RESTAURANTE CAFICOSTA	1.5	8	7	7	9	7	8	8	54				30	69
POZO AZUL	5.1	10	7	9	9	9	10	8	62				30	
TRILLADORA ANA	5.2	10	71	10	8	10	10	7	126				30	55
SANCOCHO TRIFASICO	2.1	n/a		12										
FRITOS TIPICOS	2.2	n/a		12										
AREPA ASADA DE MAIZ	2.3	n/a		12										
CHICHA DE PIÑA Y ARROZ	2.4	n/a		12										
CAYEYE	2.5	n/a		12										
GUARAPO DE CAÑA	2.6	n/a		12										
GALLENA CRIOLLA EN SALSAS DE COCO	2.7	n/a		12										
CAFÉ	2.8	n/a		12										
DANZA DEL CAIMAN CIENAGUIERO	4.2	n/a		12										
TAMBORA	4.1	n/a		12										
Diligenciado por:	Jorge Castro								2022					

Figura 4. Clasificación de bienes y atractivos

Clasificación de bienes y atractivos	
2. Patrimonio Cultural	
2.1.	Patrimonio cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico
2.2.	Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural
2.3.	Realizaciones técnico científicas
2.4.	Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arqueológico
2.5.	Patrimonio Cultural Material Mueble
2.6.	Patrimonio Cultural Inmaterial
2.7.	Festividades y eventos
2.8.	Ferias y exposiciones
2.9.	Grupos de Especial Interés
3. Sitios Naturales	
3.1.	Montañas
3.2.	Altiplanicies
3.3.	Llanuras
3.4.	Aguas Lenticas
3.5.	Aguas Loticas
3.6.	Costas litorales
3.7.	Tierras Insulares
3.8.	Lugares de caza y pesca
3.9.	Lugares de observación de flora y fauna
3.10.	Áreas protegidas
3.11.	Aguas subterráneas
3.12.	Formaciones cársicas
Valoración de los atractivos	
Criterios para valoración Patrimonio Cultural	
-	Calidad: Hace referencia al grado de conservación, varían de acuerdo al atractivo
-	Significado: Conocimiento que se tenga del atractivo fuera del entorno local

Figura 5 Metodología para la elaboración de inventarios en atractivos turísticos en Colombia

Patrimonio material			Patrimonio inmaterial		
		puntaje			puntaje
Calidad	Estado de conservación	21	Calidad	Colectivo	14
	Constitución del bien	21		Tradicional	14
	representatividad	28		Anónimo	14
	Total	70		Espontaneo	14
				Popular	14
Significado	Local	6	Total	70	Significado
	Regional	12	Local	6	
	Nacional	18	Regional	12	
	Internacional	30	Nacional	18	
	Total	30	Internacional	30	
			Total	30	
Festividades y eventos			Grupos de Especial Interés		
		Puntaje			puntaje
Calidad	Organización del evento	30	Calidad	Respeto por las costumbres	70
	Beneficios Sociocultural	20		Total	70
	Beneficios Económicos locales	20		Local	6
	Total	70	Significado	Regional	12
Significado	Local	6		Nacional	18
	Regional	12		Internacional	30
	Nacional	18		Total	30
	Internacional	30			
Total	30				

Criterios para valoración de Sitios Naturales		
<ul style="list-style-type: none"> - Calidad: Hace referencia al grado de conservación a nivel ambiental - Significado: Conocimiento que se tenga del atractivo fuera del entorno local 		
Patrimonio material		
		Puntaje
Calidad	Sin contaminación aire	10
	Sin contaminación agua	10
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	70
Significado	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	30

Capítulo 2

Ruta turística centrada en la gastronomía tradicional del sector de Minca

1.18. Objetivos específicos del capítulo

- Determinar el itinerario que marcara la ruta con sus respectivas actividades.
- Detallar el precio de venta de la ruta gastronómica teniendo en cuenta el punto de equilibrio.
- Analizar el tipo de ruta utilizado para realizar la misma

Figura 6 Logo de la ruta turística



1.19. Introducción al capítulo

En este capítulo se presentará la ruta ya establecida como una propuesta al mercado después de haber analizado el destino, haber realizado el inventario de la zona y los lugares en los que se realizará la ruta, esto ya desde la parte de aplicación de los conceptos que se tiene de turismo gastronómico y tomando como referencia investigaciones anteriormente mencionadas, pero sobre

todo teniendo en cuenta los lineamientos dados por el ministerio de industria y turismo aplicando las normas que rigen para el sector turismo en Colombia.

Como objetivo trazado en el presente estudio, se propone el diseño de una ruta gastronómica; por esta misma razón es necesario identificar este concepto; las rutas turísticas están basadas en un recorrido que se da a conocer con anterioridad al visitante, dándole una orientación sobre las actividades que efectuará en el sitio. Las rutas están compuestas por una serie de elementos complementarios (alojamiento, alimentación, transporte) que se ofrecen al visitante; implica un recorrido que presenta la mejor relación costo-beneficio entre puntos geográficos definidos con actividades diarias programadas, que se convierte también en una herramienta de socialización, entre el viajero y el entorno que conoce (Egresas, Bursztyn, & Bartholo, 2013). De otro lado, Briedenhanm y Wickens (Citado por Rodríguez, Lopez-Guzman, Cañizarez, & Jiménez, 2010) proponen que una ruta turística es el resultado de un clúster de actividades y atracciones que promueven la cooperación entre diferentes actores del entorno (empresa públicas y privadas), que existen en el área geográfica, impulsando así el desarrollo económico a través del turismo. Por otra parte, el docente Carlos Balderas (Citado por Tovar & Castillo, 2013) hace una clasificación en cuanto a la tipología de rutas turísticas de la siguiente manera:

a) Ruta Turística Temporal: aquella que se lleva a cabo en un espacio geográfico determinado, donde el desplazamiento está focalizado en un hecho o fenómeno (ej. Ruta del Esclavo de la Unesco¹).

b) Ruta turística Temática: el trayecto está enfocado un tema, el cual puede ser étnico, etnográfico, cultural, natural, científico, entre otros. (ej. Food safari: Bogota food tours for the adventurous foodie²)

La ruta se centra en el departamento del Magdalena, en el corregimiento de Minca de la Ciudad de Santa Marta.

Y las rutas tomadas son,

Minca Pozo Azul

Casa de la familia Polo

Cervecería La Nevada

Hacienda La Victoria

Trilladora Ana

Restaurante Caficosta

1.20. Matriz Dofa

Tabla 1 *Matriz DOFA*

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos nativos de la región que conocen el territorio. • Corregimiento con diversidad de cultura y gastronomía. • Actividades en contacto con la localidad. • Garantía de una experiencia tranquila y sana para el disfrute en familia. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevas alternativas de turismo en la zona • Nuevo mercado turístico como lo es el gastronómico, y comunitario • Atracción turística con gran potencial.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No hay control ni puntos para el buen uso de los residuos • Ausencia de atención para emergencias. • Dificultad para el acceso, vías en mal estado. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre carga de los sitios turísticos. • Deterioro del medio por causa de los residuos generados por el turismo. • Competencia con el sector del ecoturismo y avistamiento de aves.

1.21. Tipo de ruta

La ruta en su marco natural terrestre, y específicamente eco-gastronómico debido a que se abordaran actividades ecoturísticas, y gastronómicas, ruta local, puesto que se desarrollara en una misma zona que es el corregimiento de Minca de la ciudad de Santa Marta y a su vez será circular, ya que los atractivos turísticos, hospedajes y restaurantes son equidistantes entre sí. Dentro de este contexto, Benavides (2002) menciona algunos elementos que pueden tomarse en cuenta para el diseño de una ruta: en primer lugar, se encuentra el espacio geográfico, en el que se llevará a cabo una lectura del paisaje natural para encontrar en ella los aspectos que constituyen a la producción local o regional. En un segundo momento, se deberán concretar los aspectos culturales y simbólicos que cada zona presenta. Con este criterio será fácil identificar las fiestas religiosas o conmemoraciones y celebraciones patronales, e inclusive las de carácter no religioso, con determinado consumo y preparación gastronómica. Para Barrera (1999) las rutas gastronómicas se integran por los productores agropecuarios que reciben turistas, por los restaurantes que privilegian en sus mentes los platos tradicionales y por los proveedores agroindustriales de la zona.

Teniendo en cuenta lo planteado por el autor, es posible afirmar que a todas las rutas se les puede sacar provecho, debido a que en ellas se pueden integrar diferentes aspectos, a saber: Bebidas tradicionales de la región, su elaboración y degustación. Recorrido por el mundo de productos agrarios, sus formas de plantar, cuidados y recolección. La gastronomía local, que incluye comidas, dulces típicos y su mejor mesón: los mercados y puestos callejeros, Las artesanías locales, el folclore popular y las fiestas religiosas, el patrimonio rural de las haciendas y casas de campo, el patrimonio arquitectónico histórico, el patrimonio prehispánico, el recorrido por la geografía de la ruta a través de la literatura, y la cotidianidad de la sociedad rural. Cabe destacar que además de los aspectos mencionados, dirigir la ruta a diferentes tipos de visitantes podría

permitir sacarle un mayor provecho a la ruta. Sin embargo, lo importante para ver los resultados consiste en iniciar: Una dinámica de integración al turismo que pase más allá de los productores directos, abarque los mercados, las industrias, las artesanías y, en general, todo lo que es la cotidianidad de las regiones en las que se plantea la ruta. Estas rutas multi-productos generan la ampliación de la estadia y el empleo regional, integrando grupos de trabajo (Dachary, 2003, p. 236).

1.22. Perfil del cliente objetivo

El mercado principal para el producto corresponde al turista colombiano y extranjero que visitan la zona. Corresponde a personas entre los 18 y 40 años, hombres y mujeres que viajen en grupo o parejas, preferiblemente que no tengan problemas de morbilidades físicas (si alguna presenta alguna y desea ir seria bajo su responsabilidad), de un nivel socioeconómico medio y alto. Tienen en su mayoría estudios universitarios y disponen de recursos necesarios para realizar la ruta, gustan de las actividades que lleven consigo sabores tradicionales y locales. Que su principal objetivo es disfrutar de la gastronomía y el ecoturismo.

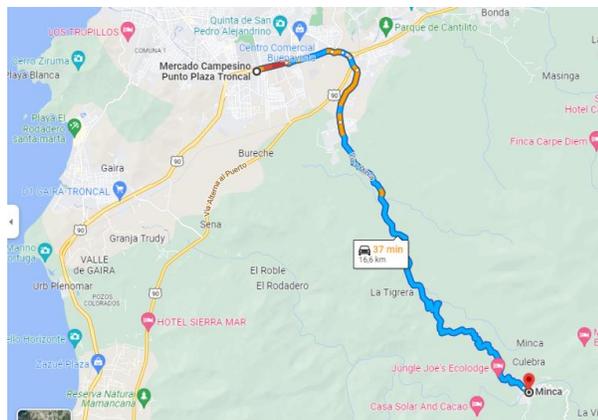
1.23. Estructura de la ruta

Salida.

El punto de encuentro será en el mercado público, exactamente en la estación de Cootransminca donde el personal de logística los recibirá, y embarcara en la micro van que los llevara hasta el corregimiento de Minca, este recorrido demora un aproximado 35 minutos (teniendo en cuenta el comportamiento del trafico)

Figura 7 *Punto de partida de la ruta*

Fuente: <https://hectorpertuz.com/>

Figura 8 *Ruta Santa Marta- Minca*

Fuente: <https://www.google.com/maps/dir/mercado/minca/>

1.24. Parada con estancia

La parada será en el hostel Chunuu Glamping Minca, el hostel cuenta con excelentes y amplias zona verdes con variedad de flora y fauna para hacer sentir a los huéspedes en un lugar de tranquilidad, y paz. Se ubica a las orillas del rio de Minca, para llegar a él se debe hacer una caminata de 8 minutos desde la plaza principal del municipio hasta el hostel, en el hotel se recibirán los turistas por medio del personal de guianza que acompañará en todo el recorrido.

Figura 9 *Ruta Minca – Estancia*



Fuente: <https://chunuuminca.com/alojamiento/>

Figura 10 Imagen aérea de la Estancia



Fuente: <https://chunuuminca.com/alojamiento/>

Figura 11 *Imagen panorámica de la estancia*



Fuente: <https://chunuuminca.com/alojamiento/>

1.25. Nombre de la ruta

Minca paraíso gastronómica tradicional

3.11 Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística

Transporte

En nuestra ruta gastronómica se hará uso del medio de transporte terrestre.

Buses: Se utilizaron los buses de la cooperativa de transporte COOTRANSMINCA que presta el servicio de traslado al municipio, impulsando de esta manera el producto local.

Figura 12 Empresa Cootransminca

Fuente: <https://www.waze.com/es-419/live-map/directions/co/magdalena/santa-marta/cootransminca-office?to=place.ChIJVztor3H19I4RAtPYgX4zmfw>

1.26. Alojamiento

Para el hospedaje se escogió de una gran variedad de hostales que se encuentran en la zona, al hostel Glamping Chunuu que cuenta con una capacidad de 40 habitaciones, divididas entre cabañas, habitaciones privada y habitaciones compartidas, equipadas con baños privadas y públicos dependiendo de la acomodación que se elija, tv, servicio de restaurante y bar, servicio de piscina y parqueadero.

Tiene horario de check-in a las 3:00pm y check-out hasta las 12:00 pm, las personas que salen del hotel pueden dejar su equipaje guardado en una bodega de equipaje y seguir disfrutando de las instalaciones.

Las tarifas del hostel están sujeto a la temporada, tipo de habitación y acomodación, contempladas en los costos de la ruta.

1.27. Alimentación

El hotel cuenta con restaurante con precios que oscilan en \$10.000 COP a \$ 50.000 COP, al igual están una variedad de restaurante en los que se destaca el restaurante el restaurante Casa Cristi, es un restaurante muy conocido en la zona porque en él se pueden degustar platos típicos, como los fritos, arepas, plátanos asado con queso y bocadillo, sancochos, y una variedad de pescados, todos acompañados con verduras frutas y salsas de productos locales de la zona, a precios asequibles.

Figura 13 Ruta Hostel- Restaurante Casa Cristi



Fuente:

<https://www.google.com/maps/dir/Chunuu+Hostal+%26+Glamping+MINCA,+vereda+milagro+verde,+casa+42,+Minca,+Santa+Marta,+Magdalena/Casa+Cristi+Restaurante>.

Servicio de guías y visitas: De acuerdo con la Ley 300 de 1996 se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir asistir durante la ejecución del servicio contratado. Siguiendo estos parámetros, en la presente ruta , para un grupo de 20 personas (aforo máximo) se requiere dos guías que ayuden con: el primero para hacer el acompañamiento del grupo en el mercado público hasta la plaza principal de Minca. El otro guía para hacer el acompañamiento en los desplazamientos del grupo, del hotel a las distintas actividades incluidas en la ruta gastronómica. La ruta en su totalidad será de dos noches y tres días,

por lo tanto, los turistas están en su completa libertad para poder ir a la piscina, restaurantes, lugares turísticos no incluidos en la ruta, caminatas, siempre y cuando sea fuera de los horarios establecidos en el itinerario de la ruta.

1.28. Actividades recreativas

Caminata eco gastronómica: se inicia en la entrada del hotel hasta la plaza principal de Minca donde los turistas degustarán los fritos típicos de la región, arepa de huevo, empanadas, carimañolas, acompañado de una bebida refrescante guarapo de caña típica de la región, Se realiza caminata aproximada de una hora hasta pozo azul, en donde podrán observar variedad de flora, fauna y especies que habitan en la zona.

Figura 14 *Pozo azul panorámica global*



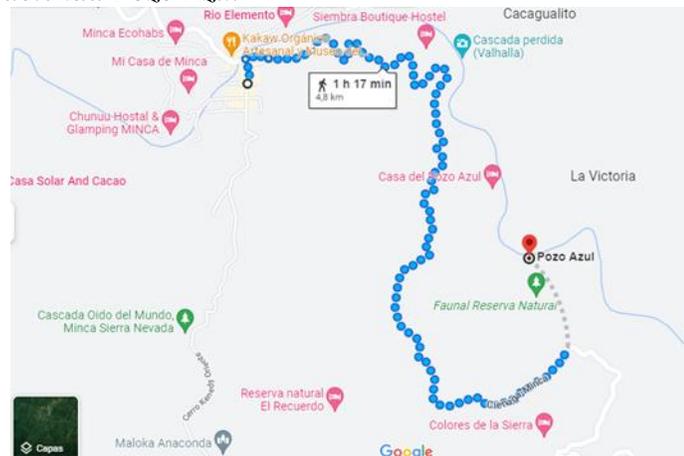
Fuente: <https://www.colombiaexotic.com/pozoazul.php>

Figura 15 *Pozo azul inicio del atractivo*



Fuente: <https://www.colombiaexotic.com/pozoazul.php>

Figura 16 *Ruta hacienda Pozo Azul*



Fuente: Eluniversal.com

Figura 17 *Fritos típicos*



Fuente: <https://www.google.com/maps/dir/>

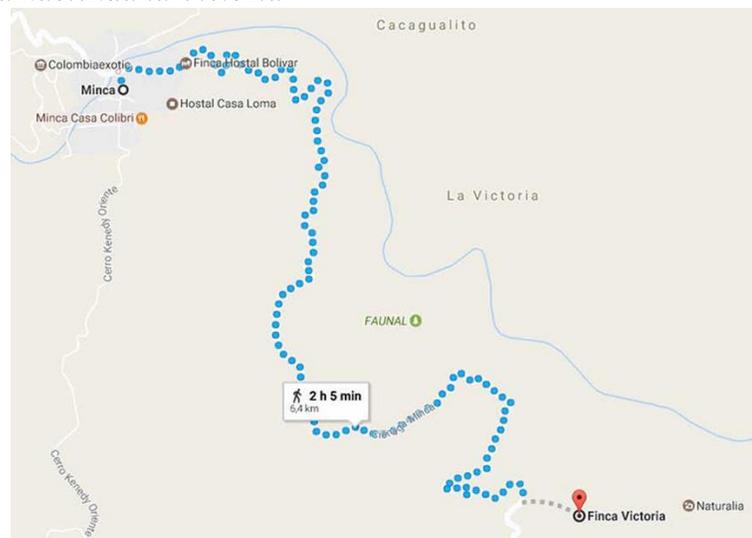
1.29. Caminata con aroma a café: Trilladora Ana

Visita a la trilladora Ana, es un lugar escondido en la Sierra Nevada de Santa Marta donde se pueden observar los hermosos cultivos de cafés, así como disfrutar del aroma del café y disfrutarlo con una buena taza 100% orgánico, a su vez contarán el proceso desde su cultivo, cosecha y preparación.

Caminata ancestral: visita a la cervecería nevada en la Hacienda La Victoria

En esta visita se realizará recorrido en la Hacienda La Victoria en la que los turistas conocerán el proceso en la elaboración de las cervezas artesanales que se producen en la Cervecería La Nevada, deleitándose con las delicias tradicionales de la zona.

Figura 18 Ruta hacienda la Victoria



Fuente: <https://www.google.com/maps/dir/>

Figura 19 *Panorámica de la Hacienda la Victoria*



Fuente: <https://www.colombiaexotic.com/>

Es una fábrica de cerveza artesanal que se encuentra ubicada en lo que era anteriormente era la capilla de la Hacienda la Victoria, en esta se explicara la elaboración de la cerveza artesanal que es fabricada con agua del rio de Minca, que desciende de la Sierra Nevada de Santa Marta, malta, lupo y levadura.

lucas@nevadacerveceria.beer

Figura 20 *Panorámica de la cervecería Nevada con las cervezas de su producción*



Figura 21 *Sancocho trifásico*

Fuente: <https://www.colombiaexotic.com/>

parada gastronómico restaurante Casa Cristi

es un restaurante de una familia local del corregimiento de Minca, y cuentan en su cocina, un poco de lo que es la cocina criolla de la zona, la gastronomía local, esa misma gastronomía que queremos resaltar en esta ruta gastronómica, en su carta se encuentra una variedad de platos tradicionales con productos producidos en esta región.

Figura 22 *Cocina restaurante Casa Cristi*

Fuente: <https://www.tripadvisor.co/Restaurant>

Figura 23 *Restaurante Casa Cristi*



Fuente: <https://www.tripadvisor.co/Restaurant>

Vista al museo del cacao en Minca

En él se realizaría un recorrido por las instalaciones y cultivos de la fábrica de cacao, se realizará degustación y se podrá participar de la elaboración del mismo, este museo se encuentra ubicado en frente a la estación de policía de Minca.



Fuente: <https://mundonuevo.com.co/es/tours/tour-de-cacao/>

Piscina:

Los turistas podrán hacer uso de la piscina en sus ratos libres, como actividad sugerida fuera de la ruta, la piscina podrán encontrarla dentro del hostel Chunuu, su lugar de alojamiento.

Figura 24 *Panorámica de la piscina del hostel*



Fuente: <https://chunuuminca.com/galeria/>

1.30. Itinerario

Primer día

8:00 am llegada al mercado público de Santa Marta (estación de buses Cootransminca)

9:00am salida desde el mercado público hasta Minca.

9:35 am-10:00am degustación de bebida típica refrescante (guarapo de caña de azúcar) y arribo al hotel Chunuu

12:00pm almuerzo típico en el restaurante del hotel Chunuu(gallina criolla en salsa de coco, con yuca y ensalada)

2:00pm salida hacia la casa de la familia Polo (degustación y preparación de la lonja de mango)

3:30 pm tarde de baño en la zona de pozo azul

5:00 pm regreso al hotel Chunuu

7:00 pm cena (asado al estilo llanera)

8:30pm degustación de cerveza artesanal (happy nebbi, happy tucán, happy coca, happy colibrí) en el bar del hotel Chunuu, acompañado de demostración folclórica, y ambientación con música típica

Segundo día

8:00am desayuno (cayeye con chicharrón y bebida caliente café)

9:00am visita a la Trilladora Ana, (degustación y recorrido por los cafetales)

10:00am degustación de fritos típicos en la plaza principal (arepa de huevo, empanada, carimañolas)

10:30am caminata hacia la hacienda La Victoria y cervecería La Nevada (recorrido por la fabricación de las cervezas artesanales, degustación de los diferentes tipos de café.)

1:30 pm almuerzo típico en el restaurante Camarita (asado con adobo tradicional y receta propia del restaurante y sancocho trifásico)

2:30 visita al museo del cacao y fabrica artesanal de cacao en Minca (recorrido por las instalaciones, demostración de la forma de cultivo y degustación de chocolates en pasta y bebidas, caliente)

4:30 visita al restaurante Caficosta (bebida caliente de los diferentes cafés que se produce en la zona o cacao, acompañado de una galleta de café, con vista al mejor atardecer de la sierra)

7:00 regreso al hotel y cena (arepa de maíz con queso y chicha)

Tercer día

8:00 regreso a la ciudad (mercado público)

1.31. Target

El nicho de mercado estará dirigido a personas entre los 18 hasta los 40 años, que busquen una experiencia diferente, que les guste el ecoturismo, el turismo gastronómico y que deseen experimentar nuevas formas de hacer turismo en el sector de Minca.

Los dos sectores en los que se concentrará la ruta será la gastronomía y el ecoturismo.

Se decide trabajar con estos dos sectores debido a la geografía de la zona y en la búsqueda de darle identidad al turismo en Minca rescatando sus sabores y comidas tradicionales y que estas se puedan presentar de la mano de personas nativas, por tal motivo se escogió la gastronomía.

1.32. Costos y precio de venta ruta

NOMBRE DEL PRODUCTO	MINCA PARAÍSO GASTRONÓMICO ANCESTRAL
DURACIÓN DEL PRODUCTO	2 NOCHES, 3 DÍAS
GRUPO BASE	20 pax

Tabla 2 Costo de producción de la ruta

	T ALTA		T. BAJA	
	TOTAL	pppax		
TRANSPORTE IDA Y VUELTA PARA 20	\$ 333.340,00	\$ 16.667,00	\$ 333.340,00	\$ 16.667,00
ALOJAMIENTO HAB COMPARTIDA 20	\$ 1.562.500,00	\$ 78.125,00	\$ 1.250.000,00	\$ 62.500,00
ALIMENTACION 2 ALMUERZOS , 2 CENAS , 2 REFRIGERIOS	\$ 3.000.000,00	\$ 150.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 100.000,00
GUIA TURISTICO X DIA X 2 DIAS	\$ 180.000,00	\$ 9.000,00	\$ 180.000,00	\$ 9.000,00
SEGURO ASISTENCIA ZURICH X DIA X 2 DIAS	\$ 200.000,00	\$ 10.000,00	\$ 200.000,00	\$ 10.000,00
TAMBORA CON GRUPO DE BAILE	\$ 250.000,00	\$ 12.500,00	\$ 250.000,00	\$ 12.500,00
ENTRADA A FABRICA DEL CACAO	\$ 100.000,00	\$ 5.000,00	\$ 100.000,00	\$ 5.000,00
RECORRIDO HACIENDA Y CERVECERIA	\$ 500.000,00	\$ 25.000,00	\$ 500.000,00	\$ 25.000,00
GASTOS DE OPERACIÓN (PUBLICIDAD Y OTROS)	\$ 200.000,00	\$ 10.000,00	\$ 200.000,00	\$ 10.000,00
	\$ 6.325.840,00	\$ 316.292,00	\$ 5.013.340,00	\$ 250.667,00

Tabla 3 Cotización de la ruta por persona y por grupo en temporada alta

		1 PAX	20 PAX	P. VENTA REDONDEADO
VENTA	100%	\$ 380.417,14	\$ 7.608.342,86	\$ 380.000,00
COSTOS FIJOS Y VARIABLES	70%	\$ 266.292,00	\$ 5.325.840,00	
EVENTUALIDADES	10%	\$ 38.041,71	\$ 760.834,29	
UTILIDAD	20%	\$ 76.083,43	\$ 1.521.668,57	

Tabla 4 Cotización de la ruta por persona y por grupo en temporada baja

		1 PAX	20 PAX	P. VENTA REDONDEADO
VENTA	100%	\$ 358.095,71	\$ 7.161.914,29	\$ 360.000,00
COSTOS FIJOS Y VARIABLES	70%	\$ 250.667,00	\$ 5.013.340,00	
EVENTUALIDADES	10%	\$ 35.809,57	\$ 716.191,43	
UTILIDAD	20%	\$ 71.619,14	\$ 1.432.382,86	

Tabla 5 Punto de equilibrio en temporada alta

PE=	COSTOS FIJOS +VARIABLES+EVENTUALIDES	
	PVENTA POR TURISTA	
	\$ 6.086.674,29	
	\$ 380.000,00	
	16	

Con 16 pax que vayan se llegaría al punto de equilibrio por tal razón es necesario realizar los recorridos con 20 turistas para que sea rentable.

Dirección calidad y desarrollo sostenible:

Conforme con (Dirección Calidad y Desarrollo Sostenible, s.f.)El Plan Estratégico de Seguridad Turística tiene como propósito la búsqueda de la seguridad turística, entendiendo esta como una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad del turismo en Colombia, que involucra a la Policía de Turismo, como entidad especializada para la

gestión de los asuntos de seguridad turística y a todos los actores vinculados a la actividad turística en los ámbitos público y privado desde la oferta y la demanda.

Países a los que se dirige la ruta:

Según (Sánchez, 2020) los países que más viajan a Colombia por turismo son, Estados Unidos, de donde viajan aproximadamente 22% del total de los turistas, seguido de México, con cerca de 6% junto con Perú y Argentina, y Brasil que se quedó con 5% del total de los visitantes no residentes que llegan a Colombia. Por tal motivo, los países a los que nos dirigiremos son Estados Unidos, México, Perú, Argentina y Brasil.

Conclusiones

Como resultado de la investigación, y tomando en cuenta la ruta, MINCA COMO DESTINO GASTRONOMICO ANCESTRAL, se llegó a la siguiente conclusión.

El distrito de Santa Marta ofrece a sus visitantes una oferta amplia de actividades y de turismo, como lo es en el sector de Minca con su ecoturismo, por eso en el informe se presenta un turismo diferente a lo que se ha venido ofertando en el distrito , como es el turismo gastronómico siendo algo inusual para la zona pero un turismo muy llamativo para los visitantes, porque en él se puede evidenciar el turismo en Minca enlazado con su historia, naturaleza y su gastronomía tradicional que, a su vez genera un impacto en el sector incentivando así la involucración de la comunidad, que es un poco ajena a la idea del turismo en el sector, rescatando poco a poca la identidad del corregimiento mostrando sus raíces a propios y visitantes. Es por ello que también se dio como resultado una ruta turística gastronómica la cual a través de los destinos a visitar el turista se emerge en la gastronomía de la región y podrá conocer de primera mano las características de sus preparaciones. Teniendo en cuenta los resultados de esta investigación se podría afirmar que el desarrollo de esta ruta gastronómica en el corregimiento de Minca, podría aportar elementos para poder consolidar la cultura productiva del corregimiento para revalorizar los productos y dinamizar de esta forma la economía local atreves de la promoción y divulgación de los productos turísticos ofrecidos en el destino y además de todo esto permitir la diversificación de la oferta turística. Y por último se podría concluir que la ruta gastronómica que quedo establecida en este trabajo, queda plasmada para poder recuperar y salvaguardar todas las tradiciones culinarias que existen y aquellas que poco a poco han sido olvidadas, y desplazada por

gastronomías de otras regiones y países con la llegada de personas ajenas al territorio en la zona y que puedan así ser efectiva en la construcción de la comunica, el sector público y el privado. Otro aporte importante que el presente trabajo hace es el levantamiento de los inventarios turísticos de acuerdo a los lineamientos del Viceministerio de Turismo, que constituirán herramienta indispensable para ofertar los destinos turísticos de la región y su patrimonio inmaterial.

Inventarios Turísticos

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES Y TURISTICOS					
Sitios Turísticos					
1. Generalidades					
1.1. Nombre	RESTAURANTE CAMARITA				
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta		
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca				
1.5. Administrador o propietario	Jose Perez				
1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/search?q=restaurante+camarita+ubicacion&tbm=isch&ved=2ahUKewj9ydz57bn5AhWop4QIHQiSBe0Q2-cCegQIABAA&oq=restaurante+camarita+ubicacion&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoGCAAQChAYOgQIABAYUlgDWIYeYJ8gaABwAHgAgAGIAogBtQ2SAQUwLjkuMpgBAKABAoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=YmDyYv2QH6jPkvQPikSW6A4&bih=730&biw=1517				
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A		
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)	1.9. Tipo de acceso				
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo
	Aéreo				
1.10. Indicaciones para el acceso	se encuentra ubicado camino a pozo azul, en una caminata de aproximadamente 45 minutos del pueblo de minca.				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.1.1				
2.2. Descripción					
Reconocido asadero en minca, de un llanero que se acento en la localidad, y realizo una fuxion de la comida llanera con las carnes locales, adobada con un adobo propio. Que lleva un poco de marihuana					

3. Puntajes de valoración			
3.1. Calidad	Puntaje		
Sin contaminación del aire (10)	8		
Sin contaminación del agua (10)	8		
Sin contaminación visual (10)	10		
Estado de conservación (10)	10		
Sin contaminación sonora (10)	8		
Diversidad (10)	10		
Singularidad (10)	10		
3.2. Significado	Puntaje		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	30		
TOTAL	94	Fuente	https://www.facebook.com/asaderocamarita/minca/
Diligenciado por:	Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha	1/04/2022



FO1:19RMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 2. SITIOS NATURALES Y TURISTICOS			
Sitios Turisticos			
1. Generalidades			
1.1. Nombre	POZO AZUL		
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca		
1.5. Administrador o propietario	N/A		

1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/maps/place/Pozo+Azul/@11.1339498				
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A		
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)	1.9. Tipo de acceso				
	Terrestre	X	Acuático		Férreo
					Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	A Pozo Azul se llega en 31 minutos de camino desde Minca conduce hacia El Campano. Debido a que el acceso al pozo se hace a través de una carretera privada de entrada restringida, los vehículos deben ser dejados en la entrada o sitio conocido como "Puerta de María Teresa" y de ahí se debe emprender una caminata de 5 minutos aproximadamente.				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.1.2				
2.2. Descripción					
es un pozo de aguas cristalinas que decende de la sierra nevada de santa marta, que su color lo producen la variedad de arboles que hacen contrastes con los rayos del sol.			https://www.colombiaexotic.com/pozoazul.php		
3. Puntajes de valoración					
3.1. Calidad				Puntaje	
Sin contaminación del aire (10)				10	
Sin contaminación del agua (10)				7	
Sin contaminación visual (10)				10	
Estado de conservación (10)				8	
Sin contaminación sonora (10)				10	
Diversidad (10)				10	
Singularidad (10)				7	
3.2. Significado				Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				30	
TOTAL				92	
				Fuente	https://www.colombiaexotic.com/pozoazul.php
Diligenciado por:		Jorge Yamith Castro Mendoza		Fecha	Julio 2 de 2020



FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO 3. SITIOS NATURALES Y TURISTICOS						
Sitios Naturales						
1. Generalidades						
1.1. Nombre	RESTAURANTE CAFICOSTA					
1.2. Departamento	MAGDALENA	1.3. Municipio	Santa Marta			
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca					
1.5. Administrador o propietario	n/A					
1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/maps/dir//Cascadas+de+Marinka,+Arimaca,+Santa+Marta,+Magdalena/@11.1170063,-74.1759117,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8ef4f5a1192793b1:0x6213ee5b261c4647!8m2!3d11.2254163!4d-74.173723?hl=es					
1.7. Teléfono / Fax	N/A			N/A		
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)	1.9. Tipo de acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	Se encuentra ubicado en el centro de minca en la que se obtiene una panorámica única para ver el atardecer de la sierra y la ciudad.					
2. Características						
2.1. Código asignado	1.1.2					
2.2. Descripción						
<p>Caficosta - Caribbean Coffee Shop: Una tienda especializada en venta de Café Gourmet 100% Café Caribe, allí puedes degustar nuestros exóticos orígenes (Sierra Nevada de Santa Marta, Serranía del Perijá o Serranía de San Lucas), su potencial espresso, filtrados y otros métodos de preparación. Apreciar desde el proceso de tuestado hasta cata de café (demostrativa y académica). ¡Todo en un solo lugar!</p> <p>https://www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g2227443-d19512396-r746165687-Caficosta_Caribbean_Coffee_Shop-Minca_Santa_Marta_Municipality_Magdalena_Depar.html#</p>						
3. Puntajes de valoración						

3.1. Calidad		Puntaje	
Sin contaminación del aire (10)		8	
Sin contaminación del agua (10)		7	
Sin contaminación visual (10)		7	
Estado de conservación (10)		9	
Sin contaminación sonora (10)		7	
Diversidad (10)		8	
Singularidad (10)		8	
3.2. Significado		Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		30	
TOTAL		84	Fuente https://www.tripadvisor.co/Restaurant-Review-g2227443-d19512396-Reviews-Caficosta_Caribbean_Coffee_Shop-Minca_Santa_Marta_Municipality_Magdalena_Depart.html
Diligenciado por:	Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha	1/04/2022

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 4. SITIOS NATURALES Y TURÍSTICOS			
Sitios Turísticos			
1. Generalidades			
1.1. Nombre	HACIENDA LA VICTORIA		
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca		
1.5. Administrador o propietario	Michael Weber		
1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/maps/dir/11.2202012,-74.1827116/Finca+Victoria,+Santa+Marta,+Magdalena/@11.1737073,-74.2168548,12z/data=!3m1!4b1!4m10!4m9!1m1!4e1!1m5!1m1!1s0x8ef4f0e94de100ff:0xa39066da16c69499!2m2!1d-74.094986!2d11.1229349!3e0		
1.7. Teléfono / Fax	+57 317 3085270		N/A

1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)		1.9. Tipo de acceso						
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso	por tierra, pasando por el pueblo de minca en una caminata camino arriba de la sierra durante 2 horas.							
2. Características								
2.1. Código asignado	1.1.1							
2.2. Descripción								
esta abierta al publico con un museo activo del café, ene l que se muestra la siembras, cultivo,produccion y degustacion de café 100% organico producido en la sierra nevada aparte se encuentra fracmento de la historia de la hacienda y de minca.								
3. Puntajes de valoración								
3.1. Calidad					Puntaje			
Sin contaminación del aire (10)					10			
Sin contaminación del agua (10)					10			
Sin contaminación visual (10)					10			
Estado de conservación (10)					10			
Sin contaminación sonora (10)					8			
Diversidad (10)					10			
Singularidad (10)					10			
3.2. Significado					Puntaje			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					30			
TOTAL					98		Fuente	https://www.colombiaexotic.com/victoria.php
Diligenciado por:		Jorge Yamith Castro Mendoza				Fecha		1/04/2020

FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES Y TURISTICOS						
Sitios Turisticos						
1. Generalidades						
1.1. Nombre	cervecera la nevada					
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta			
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca					
1.5. Administrador o propietario	Lucas Echeverri					
1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/maps/dir/11.2202012,-74.1827116/Conjunto+Residencial+Nevada,+Santa+Marta,+Magdalena/@11.2124977,-74.2025019,14z/data=!3m1!4b1!4m9!4m8!1m1!4e1!1m5!1m1!1s0x8ef4f5ad47b5ee69:0x5744e9b322bb93fc!2m2!1d-74.1713421!2d11.220864					
1.7. Teléfono / Fax	N/A			lucas@nevadacerveceria.beer		
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)	1.9. Tipo de acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo X
1.10. Indicaciones para el acceso	en la capiulla de la finca la Victoria, en minca, KM5 via leCcampano					
2. Características						
2.1. Código asignado	1.1.1					
2.2. Descripción	<p>es una fabirca de cerveza artesanal, realizada con agua de la Sierra Nevada, fabricantes de 4 cerveza</p>					
						
3. Puntajes de valoración						
3.1. Calidad	Puntaje					
Sin contaminación del aire (10)	10					
Sin contaminación del agua (10)	10					
Sin contaminación visual (10)	8					
Estado de conservación (10)	9					
Sin contaminación sonora (10)	5					
Diversidad (10)	8					
Singularidad (10)	8					

3.2. Significado		Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		30	
TOTAL		88	Fuente https://www.colombiaexitic.com/nevada.php
Diligenciado por:	Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha	Julio 2 de 2020

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO 6. SITIOS NATURALES Y TURISTICOS										
Sitios Turísticos										
1. Generalidades										
1.1. Nombre	HASTAL CHUNUU GLAMPING MINCA									
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta							
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Minca									
1.5. Administrador o propietario	N/A									
1.6. Dirección / Ubicación	https://www.google.com/maps/place/Chunuu+Hostal+%26+Glamping+MINCA/@11.1399096,-74.1227379,18.5z/data=!4m10!3m9!1s0x8ef4f127aad3453f:0xe574f54a58f464a9!5m4!1s2022-04-20!2i2!4m1!1i2!8m2!3d11.1400014!4d-74.1206252									
1.7. Teléfono / Fax	300 3123777				N/A					
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)			1.9. Tipo de acceso							
			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input checked="" type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso	Se ingresa desde la calle principal de mica camino a el campano, esta ubicado a 5 minutos de la plaza principal de minca									
2. Características										
2.1. Código asignado	1.1.1.									
2.2. Descripción										

<p>Estan ubicados a la orilla del río de Minca y cuentan con diferentes escenarios que brindan comodidad en medio de la naturaleza.se ubican en un sitio que cuenta con la visita de innumerables especies de flora y fauna que hacen que el turista pueda disfrutar de la naturaleza que ofrece la Sierra Nevada de Santa Marta.</p>			
<p>3. Puntajes de valoración</p>			
<p>3.1. Calidad</p>		<p>Puntaje</p>	
Sin contaminación del aire (10)		10	
Sin contaminación del agua (10)		7	
Sin contaminación visual (10)		7	
Estado de conservación (10)		9	
Sin contaminación sonora (10)		7	
Diversidad (10)		9	
Singularidad (10)		5	
<p>3.2. Significado</p>		<p>Puntaje</p>	
Local (6) Regional (12) Nacional (18)		18	
Internacional (30)			
<p>TOTAL</p>		72	
		<p>Fuente</p>	<p>https://chunuuminca.com/</p>
<p>Diligenciado por:</p>	Jorge Yamith Castro Mendoza	<p>Fecha</p>	02/04/2022

<p>FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</p>			
<p>FORMULARIO 8. PATRIMONIO CULTURAL</p>			
<p>Patrimonio Cultural Inmaterial</p>			
<p>1. Generalidades</p>			
<p>1.1. Nombre</p>	SANCOCHO TRIFASICO		
<p>1.2. Departamento</p>	Magdalena	<p>1.3. Municipio</p>	Santa Marta
<p>1.4. Corregimiento, vereda o localidad</p>	N/A		
<p>1.5. Administrador o propietario</p>	N/A		
<p>1.6. Dirección / Ubicación</p>	N/A		
<p>1.7. Teléfono / Fax</p>	N/A	N/A	

0

1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de acceso				
N/A		Terrestre	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A					
2. Características						
2.1. Código asignado	1.2.1					
2.2. Descripción						
<p>sancocho trifásico recibe su nombre por tener entre sus ingredientes tres carnes diferentes: de res, de cerdo y de pollo. Hay que decir que también existen los llamados “cuadrafásicos”, es decir, de cuatro carnes y hasta de más, Ingredientes · 4-8 personas</p> <p>1 libra de costillas de res 1 libra de carne de cerdo pulpa 1 pollo grande despresado 1 libra de yuca pelada y cortada en trozos 1 libra de batata pelada y cortada en trozos 1 libra de ñame pelado y cortado en trozos 2 plátanos maduros, pelados y cortados en trozos 2 plátanos verdes, pelados y partidos en trozos con la uña 2 libras de malanga pelada y cortada en trozos pequeños ½ libra de arracacha ½ libra de zanahoria picada 1 mazo de revuelto (hojas de col, cilantro y cebolla larga) 1 rama de apio 1 libra de papa pelada y partida en trozos 4 mazorcas 2 ajíes pimentones 2 ajíes criollos 2 cubos de caldo de carne 1 cubo de caldo de gallina ajo, comino, sal y pimienta al gusto</p>						
3. Puntajes de valoración						
3.1. Calidad			Puntaje			
Colectiva (14)						

Tradicional (14)			
Anónima (14)			
Espontánea (14)			
Popular (14)			
3.2. Significado	Puntaje		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			
TOTAL	0	Fuente	https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo10.pdf
Diligenciado por:	Jorge Yamith	Fecha	Junio 8 de 2018

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 9. PATRIMONIO CULTURAL					
Patrimonio Cultural Inmaterial					
1. Generalidades					
1.1. Nombre	fritos tipico				
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio			
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	N/A				
1.5. Administrador o propietario	N/A				
1.6. Dirección / Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de acceso				
N/A	Terrestre	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.2.1				
2.2. Descripción					
Las empanadas colombianas se preparan tradicionalmente con harina de maíz y pueden tener diferentes tipos de rellenos: pollo, carne picada, molida, demechada, queso, las arepas de huevo Son arepas de maíz rellenas con un huevo. Prepararlas es todo un					

<p>reto, pues para que quede en el punto preciso se necesita práctica. Primero se fríe la masa, luego se vierte en su interior un huevo crudo y se vuelven a freír. Además de esta tradicional preparación, estas arepas colombianas también pueden venir acompañadas de carne desmechada o carne de res picada, La carimañola se rellena con carne, pollo o queso, según la zona en donde se prepare. Y generalmente se sirve con un aderezo llamado suero costeño o sour cream (salsa espesa preparada con queso salado). Este producto insignia de la cocina tradicional se come a cualquier hora del día: puede ser al desayuno, como refrigerio o como entrada.</p>			
<p>3. Puntajes de valoración</p>			
3.1. Calidad		Puntaje	
Colectiva (14)			
Tradicional (14)			
Anónima (14)			
Espontánea (14)			
Popular (14)			
3.2. Significado		Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			
TOTAL		0	
		Fuente	https://www.colombia.co/cultura-colombiana/gastronomia/cinco-fritos-tradicionales-de-la-comida-tipica-colombiana/
Diligenciado por:		Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha
			01/04/2022

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 10. PATRIMONIO CULTURAL			
Patrimonio Cultural Inmaterial			
1. Generalidades			
1.1. Nombre	arepa asada de maiz con queso		
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	N/A		

1.5. Administrador o propietario	N/A				
1.6. Dirección / Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono / Fax	N/A			N/A	
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de acceso				
N/A	Terrestre	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.2.1				
2.2. Descripción					
<p>es uno de los platos mas representativos para desayunar o consumir por la horas de la tarde, En un recipiente que no sea metálico se deja el maíz remojando en agua, a un nivel que lo cubra, por toda la noche. Al día siguiente se lava bien, se escurre y se muele. 2. A la masa resultante se le agregan queso rallado, mantequilla, azúcar y sal al gusto, y se revuelve todo hasta lograr una mezcla que se pueda modelar fácilmente. Si a la masa le falta humedad se le puede agregar un poquito de agua.</p> <p>3. Se forman las arepas y se ponen a asar hasta que estén doradas.</p>					
3. Puntajes de valoración					
3.1. Calidad				Puntaje	
Colectiva (14)					
Tradicional (14)					
Anónima (14)					
Espontánea (14)					
Popular (14)					
3.2. Significado				Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					
TOTAL				0	Fuente
					https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo10.pdf

Diligenciado por:	Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha	01/04/2022
--------------------------	--------------------------------	--------------	------------

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS				
FORMULARIO 11. PATRIMONIO CULTURAL				
Patrimonio Cultural Inmaterial				
1. Generalidades				
1.1. Nombre	CHICHA DE ARROZ CON CASCARA DE PIÑA			
1.2. Departamento	MAGD ALENA	1.3. Municipio		
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	N/A			
1.5. Administrador o propietario	N/A			
1.6. Dirección / Ubicación	N/A			
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A	
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de acceso			
N/A	Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A			
2. Características				
2.1. Código asignado	1.2.1			
2.2. Descripción				
<p>los ingredintes para preparar esta bebida artesanal son: piña, arroz, agua, leche, azucar, su preparacion es llevar la cascara de la piña al fuego con el agua aproximadamente unos 20 minutos, dejar reposar y luego licual agregando la leche yu el azucar al gusto.</p>				
3. Puntajes de valoración				
3.1. Calidad			Puntaje	
Colectiva (14)				
Tradicional (14)				

Anónima (14)			
Espontánea (14)			
Popular (14)			
3.2. Significado	Puntaje		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			
TOTAL	0	Fuente	https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo10.pdf
Diligenciado por:	Jorge Yamith Castro Mendoza	Fecha	abril 1 2022

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 11. PATRIMONIO CULTURAL					
Patrimonio Cultural Inmaterial					
1. Generalidades					
1.1. Nombre	TAMBORA				
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio			
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	N/A				
1.5. Administrador o propietario	N/A				
1.6. Dirección / Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de acceso				
N/A	Terrestre	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.2.2				

2.2. Descripción			
<p>Tambora es el nombre y la danza que recibe la música y el baile de algunos bailes típicos del Caribe colombiano, es el nombre de uno de los muchos ritmos que acompañan los cantos, al igual que el nombre de la agrupación instrumental que los interpreta, como también el nombre de uno de los instrumentos musicales principales del conjunto.</p>			
3. Puntajes de valoración			
3.1. Calidad	Puntaje		
Colectiva (14)			
Tradicional (14)			
Anónima (14)			
Espontánea (14)			
Popular (14)			
3.2. Significado	Puntaje		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			
TOTAL	0	Fuente	http://manglar.uninorte.edu.co/calamari/handle/10738/131#page=3
Diligenciado por:	Jorge Castro	Fecha	abril 1 de 2022

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 11. PATRIMONIO CULTURAL			
Patrimonio Cultural Inmaterial			
1. Generalidades			
1.1. Nombre	DANZA DEL CAIMAN CIENAGERO		
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	N/A		
1.5. Administrador o propietario	N/A		

1.6. Dirección / Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono / Fax	N/A		N/A		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de acceso				
N/A	Terrestre	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	N/A				
2. Características					
2.1. Código asignado	1.2.2				
2.2. Descripción					
<p>Esta danza se origina en Ciénaga, Magdalena. Se basa en la historia que transcurre en un 20 Enero, día de San Sebastián, en el Guillermo Jato le celebra el cumpleaños a su hija Tomasita. La leyenda cuenta que la mamá descuidada dejó a su hija sola bailando y que un caimán se la comió. Cuando el padre de la menor pregunta por su hija, el caimán se pasea para hacer alusión al trágico destino de la niña.</p>					
3. Puntajes de valoración					
3.1. Calidad				Puntaje	
Colectiva (14)					
Tradicional (14)					
Anónima (14)					
Espontánea (14)					
Popular (14)					
3.2. Significado				Puntaje	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					
TOTAL				0	
				Fuente	https://www.ecured.cu/Danza_d_el_caim%C3%A1n_cienaguero
Diligenciado por:		Jorge Castro		Fecha	abril 1 de 2022

Referencias

- Acle R., Santos J., y Herrea B (2020) Traditional gastronomy as a tourist attraction in the city of Puebla, Mexico. *Rev.investig. desarro.innov.*, 10 (2), 237-248
- Berbel-Pineda, J.M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J.M., Santos-Roldán, & L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18,100171
- Bertan, S (2020). Impact of restaurants in development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21
- Carvache M., Carvache W., Molina G., Arteaga M., Villagomez C. (2018) La Demanda Turística Desde La Perspectiva De La Satisfacción, La Actitud Y Las Preferencias Respecto a Su Gastronomía: El Caso De Salitre (Ecuador). *Anuario Turismo y Sociedad*. 22, 151-165
- Castellón, L. y Fontecha, J. (2018). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, xxii, pp. 167-193
- Cunha, S. Barroco, C. Antunes, J. (2019). El turismo gastronómico como factor diferenciador de los destinos: el caso de Portugal. *RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*. 2019 (E24), 409-422.
- Cruz, F.G.S., Moral-Cuadra, S., Tito, J.C., López-Guzmán, & T. (2020). Gastronomic motivations and perceived value of foreign tourists in the city of Oruro (Bolivia): An analysis based on structural equations Open Access. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10),3618

- Fernández J., Mundet L., y Forgas S (2015) The gastronomic offerings in the campsites of Girona (Spain) turismo y sociedad
- In Vestigium Ire (2018) Gastronomía Tradicional, Atractivo Turístico en la Provincia Centro de Boyacá In Vestigium Ire
- Kowalczyk A., Derek M. (2020) Culinary Attractiveness of a City—Old and New Destinations. *Gastronomy and Urban Space*, (pp. 125-134)
- Maldonado I., Mejía M. (2020) La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Rev.investig.desarro.innov.*, 11 (1), 23-33.
- Martín J., Román C., Guzmán., & Moral S. (2020). A fuzzy segmentation study of gastronomical experience. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22
- Martínez A., Fernández A., (2019) La simplicidad como proceso creativo culinario: ¿una tendencia para el turismo gastronómico en España? *Turismo y Patrimonio Cultural. Sociedad*
- Mercado P., (2015) tourism and community development: the social innovation and food security as the basis of gastronomic product development *methodos*
- Rodríguez- Gutiérrez, P., Cruz, FGS, Gallo, LSP, López-Guzmán, & T. (2020). Gastronomic satisfaction of the tourist: Empirical study in the creative city of Popayán, Colombia Open Access. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 8
- Torres R., Álvarez V., Vélez J., (2017) La gastronomía como atractivo turístico. Caso Pedernales, Ecuador. *Retos Turísticos*. 16(1), 90-10
- Turismo S (2015) Typical food within internationalizing gastronomy in Bogotá *Turismo y sociedad*

file:///C:/Users/Estudiante.UNIMAG-
PC/Downloads/2020_Tesis_Daniel_Pereira_Pe%C3%B1a.pdf

<file:///C:/Users/Estudiante.UNIMAG-PC/Downloads/Trabajo%20final.pdf>

<https://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo10.pdf>

<http://www.casadeculturapiedradelsol.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/METODOLOGIA-PARA-LA-ELABORACION-DEL-INVENTARIO-DE-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

<http://repositorio.unimagdalena.edu.co/jspui/handle/123456789/5650>