RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	William Adrián Toro Lemus
FACULTAD	**Facultad de Educación, Artes y Humanidades**
PLAN DE ESTUDIOS	**Comunicación Social**
DIRECTOR	MSc. Elvis Fernando Ríos Pacheco
CODIRECTOR (si aplica)	Lic. Vicente Baños Galvis
TÍTULO DE LA TESIS	Ruta Turística de Aguachica: La Ciudad Estratégica del Departamento del Cesar
TÍTULO EN INGLÉS	Aguachica Tourist Route: The Strategic City of the Department of Cesar

RESUMEN
(70 palabras)

Es una herramienta de comunicación digital que visibiliza la identidad cultural de Aguachica, en aspectos relevantes de la historia, el folclor, las reservas naturales, los lugares emblemáticos, los grupos artísticos, la gastronomía, el patrimonio material e inmaterial, etc., con el propósito de consolidar el municipio como un destino turístico en la región, en el país y a nivel internacional, para hacer aportes al desarrollo social, económico, educativo y ambiental.

RESUMEN EN INGLÉS

It is a digital communication tool that makes visible the cultural identity of Aguachica, in relevant aspects of history, folklore, nature reserves, emblematic places, artistic groups, gastronomy, tangible and intangible heritage, and so on. With the purpose of consolidating the municipality as a tourist destination in the region, in the country and internationally, to make contributions to social, economic, educational and environmental development.

PALABRAS CLAVES	Turismo, Identidad, Cultura, Territorio, Comunidad, Potenciales, Economía, Desarrollo, Social.
PALABRAS CLAVES EN INGLÉS	Tourism, Identity, Culture, Territory, Community, Potentials, Economy, Development, Social.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 164	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 51	CD-ROM:

Ruta turística de Aguachica: la ciudad estratégica del departamento del Cesar

William Adrián Toro Lemus

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

MSc. Elvis Fernando Ríos Pacheco

13 Junio de 2025

Dedicatoria

Manifiesto un agradecimiento profundo a Abba Padre, a mis maravillosos seres amados, a mi tierra acogedora y bella Aguachica, y a su gente bonita…

Y, especialmente, a todas las personas que me apoyaron en este proceso humano y profesional, que me ha ayudado a crecer y construir mis sueños, con amor.

Índice

Índice **3**
Resumen **9**
Introducción **10**
Capítulo 1. Ruta turística de Aguachica: **11**
La ciudad estratégica del departamento del Cesar **11**
1.1 Planteamiento del problema 11
1.2 Formulación del problema 16
1.3 Objetivos 17
1.3.1 Objetivo general 17
1.3.2 Objetivos específicos 17
1.4 Justificación 17
1.5 Delimitaciones 21
1.5.1 *Delimitación operativa* 21
1.5.2 *Delimitación conceptual.* 22
1.5.3 *Delimitación geográfica.* 22
1.5.4 *Delimitación temporal.* 23
Capítulo 2. Marco referencial **24**
2.1 Marco Histórico 24
2.1.1 Antecedentes 29
2.2 Marco Contextual 41
2.3 Marco Conceptual 45
2.4 Marco Teórico 50
2.5 Marco Legal 56
Capítulo 3. Diseño metodológico **62**
3.1 Tipo de investigación 62
3.2 Población y Muestra 63
3.2.1 Población 63
3.2.2 Muestra 63
3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos. 65
3.4 Análisis de información 68

3.4.1 Procedimiento de la investigación 71
3.5 Cronograma de actividades 72
Capítulo 4. Resultados 74
4.1 Resultados del objetivo específico No 1 74
4.2 Resultados del objetivo específico No 2 114
4.3 Resultados del objetivo específico No 3 132
Capítulo 5. Conclusiones 141
Capítulo 6. Recomendaciones 143
Referencias 144
Apéndice 154

Lista de Tablas

Tabla 1. *Concepto de las categorías de análisis de la información recopilada.* 70

Tabla 2. *Cronograma de actividades para la realización del proyecto.* 72

Tabla 3. *Categorías de análisis de los potenciales y sitios turísticos.* 74

Tabla 4. *Lista de entrevistados.* 94

Tabla 5. *Revisión documental.* 109

Tabla 6. *Tipos de productos y/o servicios turísticos seleccionados.* 127

Lista de Figuras

Figura 1. *Mapa del Departamento del Cesar y la ubicación de Aguachica.* 15

Figura 2. *Mapa técnico de Aguachica, Cesar.* 23

Figura 3. *Representación gráfica del tipo de personas observadas.* 92

Figura 4. *Descripción de cantidad de personas en desplazamientos.* 93

Figura 5. *Símbolo y eslogan de la Consulta Popular por la Paz, creado en el año 1995.* 98

Figura 6. *Monumento del Morrocoy.* 101

Figura 7. *Archivo de fotografía histórica Banda 16 de Agosto.* 103

Figura 8. *Urnas fúnebres con tapas.* 105

Figura 9. *Urnas fúnebres con tapas.* 106

Figura 10. *Libro de Aguachica, un recorrido histórico.* 112

Figura 11. *Créditos del libro de Aguachica, un recorrido histórico.* 112

Figura 12. *Interior del libro de Aguachica, un recorrido histórico.* 113

Figura 13. *Plan Sectorial de Turismo del departamento de Cesar con Visión 2030.* 113

Figura 14. *Centro Cultural Eladio Vargas.* 115

Figura 15. *Participantes de la Consulta Popular por la Paz.* 115

Figura 16. *Ciudadanía en la Consulta Popular por la Paz.* 116

Figura 17. *Senderos del Bosque del Agüil.* 117

Figura 18. *Ciénaga Doña María o Ciénega de Patiño.* 118

Figura 19. *Grupo Folclórico Buturama.* 119

Figura 20. *Fundación Artística Talentos.* 119

Figura 21. *Corporación Artística y Cultural Costelación Afro.* 120

Figura 22. *Grupo de Danzas Folclóricas Kitchue.* 121

Figura 23. *Grupo de Danzas Folclóricas Kitchue.* 121

Figura 24. *Grupo Renacer Morrocoyero.* 122

Figura 25. *Sede del Teatro Phersulogia.* 122

Figura 26. *Plaza principal o parque San Roque.* 123

Figura 27. *Parque del Morrocoy.* 124

Figura 28. *Patinódromo y Polideportivo.* 124

Figura 29. *Mirador del Cerro de la Cruz.* 125

Figura 30. *Creación de la portada del brochure digital.* 133

Figura 31. *Presentación de la historia de Aguachica.* 134

Figura 32. *Turismo Cultural, Ruta 1.* 135

Figura 33. *Turismo de Aventura, Ruta 2.* 136

Figura 34. *Turismo Ecológico, Ruta 3.* 137

Figura 35. *Turismo Religioso, Ruta 4.* 138

Figura 36. *Contraportada del brochure digital.* 139

Figura 37. *Publicación y difusión en las redes sociales.* 140

Figura 38. *Material evidencia de la realización de las entrevistas.* 154

Figura 39. *Primera página de la Entrevista.* 155

Figura 40. *Segunda página de la Entrevista.* 156

Figura 41. *Página del Diario de Campo.* 157

Figura 42. *Solicitud, revisión y validación de los Instrumentos de Recolección de Información.* 158

Figura 43. *Visita al Bosque del Agüil.* 159

Figura 44. *Viaje por la Ciénega Doña María en Puerto Patiño.* 159

Figura 45. *Visita a la Biblioteca Pública del Programa Nacional del Centro de Convivencia.* 160

Figura 46. *Recopilación de video, fotografías y entrevistas en el Centro Cultural Eladio Vargas.* 160

Figura 47. *Grabación del Grupo Folclórico Buturama.* 161

Figura 48. *Recorridos por la plaza principal San Roque.* 161

Figura 49. *Exploración de los balnearios de Aguachica (Norean, Buturama y el Minuto).* 162

Figura 50. *Visita a las zonas rurales de Aguachica.* 162

Figura 51. *Reconocimiento y grabación del símbolo de la Consulta Popular por la Paz.* 163

Resumen

La presente investigación de la Ruta Turística de Aguachica, es una herramienta de comunicación digital que visibiliza la identidad cultural con el turismo local en aspectos relevantes de la historia, el folclor, las reservas naturales, los lugares emblemáticos, los grupos artísticos, la gastronomía, el patrimonio material e inmaterial, etc., con el propósito de consolidar el municipio como un destino turístico en la región, en el país y a nivel internacional, teniendo en cuenta que este, tiene potenciales turísticos que no son aprovechados de manera adecuada y desde la administración pública no hay una estrategia que reconozca la actividad turística y sus aportes al desarrollo social, económico, educativo y ambiental.

Además, todas las características del estudio están fundamentadas en las teorías que abordan el turismo, la sociología del turismo, la identidad cultural, las comunidades, la comunicación y el marketing. A su vez, el proyecto se desarrolla mediante tres objetivos específicos: el primero, garantiza caracterizar los potenciales y sitios turísticos; el segundo, permite organizar las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística; y el tercero, se efectúa al diseñar una herramienta de comunicación digital que promueva el turismo y la identidad cultural en el municipio de Aguachica.

Por último, su enfoque metodológico se basó en hacer un análisis cualitativo con instrumentos de recopilación de información como la entrevista semiestructurada y el diario de campo para generar encuentros con los expertos en los temas de identidad cultural y la actividad turística, que se usaron como insumos en la consecución de los resultados logrados.

Introducción

El propósito de promover la identidad cultural desde el turismo en el municipio de Aguachica, genera apropiación en sus habitantes y visibiliza el territorio ante foráneos o visitantes. De esta manera, se pueden revertir falencias sobre el reconocimiento y la promoción de la identidad cultural; para hacer un aprovechamiento eficiente y eficaz de los potenciales turísticos que poseé el área urbana y rural con la ayuda del auge actual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC, en diferentes plataformas de comunicación o redes digitales.

Finalmente, este estudio pretende reconocer las principales causas del bajo índice de la promoción de la identidad cultural y del turismo para proponer una solución estratégica diseñando una ruta turística de Aguachica, a través de una herramienta de comunicación creativa e innovadora como lo es: un brochure digital, que facilite el aprendizaje y contenga los principales temas, servicios y productos sobre las experiencias y actividades de turismo que el municipio puede ofertar de manera auténtica.

Capítulo 1. Ruta turística de Aguachica:

La ciudad estratégica del departamento del Cesar

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es uno de los fenómenos de desarrollo social, económico y cultural más importantes del mundo donde las personas hacen uso de su tiempo libre para hacer actividades de esparcimiento donde disfrutan de los viajes, las culturas, las artes, la gastronomía, los deportes extremos, lugares emblemáticos y naturales, etc. Además, este también se define como: un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (OMT, 2008, p.1). Esto afirma que las migraciones en forma de turismo ocasionan un impacto en los contextos sociales y también en las esferas de la economía.

Desde finales del año 2019 y a comienzos del año 2020, se desató una crisis sanitaria mundial que destruyó de una manera inminente las estadísticas prometedoras donde el turismo encabezaría la lista de las principales economías del mundo. La llegada del Coronavirus o COVID-19 provocó la quiebra de pequeños y grandes empresarios en todo el sector turismo y dejó consecuencias desfavorables en los índices de permanencia de la oferta turística en el mercado y en la empleabilidad, generando despidos masivos en muchos países.

Sin embargo, en la actualidad se están efectuando estrategias que permitan la recuperación y transformación de muchas economías avanzadas y emergentes afectadas haciendo aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Y muchos medios manifestaron que, en los primeros

cinco meses del inicio de la pandemia, las llegadas de turistas internacionales se han redujeron en más de la mitad en toda Europa, Asia y Oceanía. Se estima que el 90% de los países cerraron los sitios de Patrimonio Histórico y Cultural, con consecuencias socioeconómicas para las comunidades que dependen del turismo. Además, el 90% de los museos cerraron durante la crisis y es posible que el 13% nunca vuelva a abrir. Por otro lado, la caída repentina de la demanda turística corta la financiación de las operaciones de conservación de los habitas naturales y de la vida silvestre que también son pilares en las rutas de los destinos turísticos (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2020).

Y para dar una claridad de lo que sucedía en el momento el Secretario General de la ONU, Antonio Guterres, manifestó: "La crisis ha supuesto una gran conmoción para las economías desarrolladas, pero para los países en desarrollo constituye una emergencia, en particular para muchos pequeños estados insulares en desarrollo y países africanos" (Guterres, 2020, p.3).

Solo en Europa, el turismo genera 27 millones de puestos de trabajo y millones de empresas. En algunos pequeños Estados insulares en desarrollo, el turismo representa hasta el 80% de las exportaciones. A su vez, también representa una proporción importante de las economías nacionales de destacados destinos turísticos, lo que refleja su importancia en todos los niveles de desarrollo económico (Organización de Naciones Unidas - ONU, 2020). Sin embargo, estas vacantes tuvieron que ser desocupadas y muchas familias se han quedado sin provisión para cubrir sus necesidades básicas, consecuencia del devastador impacto que la COVID – 19 ha dejado.

Y, desde la perspectiva del continente americano las características y circunstancias negativas fueron las mismas que se experimentan en todo el mundo. Las playas tropicales que

incluyen a los países centroamericanos, la costa caribe, atlántica y el pacífico, tuvieron que cerrar ante la emergencia sanitaria. En un contraste, es relevante mencionar la vulnerabilidad que muchos países tienen por los lugares que son señalados y estigmatizados como inseguros por antecedentes históricos de violencia, pobreza, corrupción, narcotráfico, etc. Es la situación de Latinoamérica, particularmente.

Igualmente, se evidencia que han pasado tres años aproximadamente desde que ocurrió la crítica situación sanitaria causada por la COVID – 19, sin embargo, la industria turística en general ha tenido grandes avances con sorpresas en las estadísticas. Según el primer número del Barómetro OMT del Turismo Mundial del año, en 2023 el turismo internacional alcanzó el 88% de los niveles registrados antes de la pandemia. (Organización Mundial del Turismo - OMT, 2024) De la misma manera, se evidencia que la demanda va en aumento con la conectividad aérea, terrestre y fluvial, y también hay una mayor recuperación de los mercados y de los destinos turísticos.

> Por su parte, el Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirma que: Los últimos datos de la OMT ponen de relieve la resiliencia y la rápida recuperación del turismo, y todo apuntaba a que en finales de 2024 se conseguirían las cifras registradas antes de la pandemia. La recuperación ya está teniendo un fuerte impacto en las economías, los empleos, el crecimiento y las oportunidades para las comunidades en todo el mundo. Estas cifras recuerdan asimismo, la tarea fundamental de fomentar la sostenibilidad y la inclusión en el desarrollo turístico (p.1).

Colombia, no es la excepción y los niveles de migración de extranjeros con actividades turísticas ha crecido considerablemente. Y de acuerdo con información de Migración Colombia, la llegada de visitantes no residentes aumentó significativamente en 2023, superando los 5,8

millones, lo que expone un crecimiento del 26,6 % en comparación con el año anterior (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2024) Pero, se siguen presentando debilidades en factores claves del sector turístico, tales como la falta de infraestructura para soportar una mayor demanda nacional e internacional; la poca articulación existente entre los actores de la actividad y los entes del gobierno para llevar a cabo acciones conjuntas en pro del mejoramiento del sector; la baja sensibilización de los actores sobre el impacto del sector en el desarrollo social, económico y ambiental desde lo sostenible, la poca promoción o mercadeo del país como destino turístico, la dificultad de acceder a los sitios turísticos, la escasez de puntos de información relacionada con los destinos y que la economía informal duplica las cifras de las empresas turísticas formalizadas, no permitiendo completa eficiencia en la protección de los derechos del consumidor y en las responsabilidades fundamentales como agentes que ofrecen productos y servicios. (Monsalve, 2018).

No obstante, en la región del departamento del Cesar, se observa que hay una ruta de turismo que está incompleta y solo incluye a Valledupar la capital y las poblaciones a sus alrededores. Los entes gubernamentales y privados no tienen voluntad política y tampoco se han invertido recursos económicos y muchos menos se han efectuado estudios o investigaciones profundas sobre el potencial turístico del municipio de Aguachica y sus pueblos al alrededor en aspectos importantes sobre las culturas ribereñas, los atractivos naturales, la gastronomía, los lugares emblemáticos e históricos que contiene el territorio. Y a esto, se suma el poco sentido de pertenencia que los habitantes tienen con sus lugares de origen debido a que muchos desconocen lo importante que es conservar y visibilizar las riquezas naturales y culturales para el desarrollo social y económico de las comunidades.

Y en Aguachica, las personas carecen de formación sobre la competitividad y producción del turismo, la creación de nuevas empresas para la generación de empleo y para el desarrollo local y regional. Y solo existen algunos agentes turísticos que ofrecen productos o servicios en diferentes épocas del año, pero de manera intermitente. Y si se hace un enfoque en sus antecedentes socio políticos y la situación actual, es un territorio que carece de apoyo y tiene poca visibilización nacional e internacional. A esto, se sumaron los efectos del Coronavirus, de los cuales aún permanecen consecuencias negativas y sigue el desinterés institucional. Y el sector del turismo con sus aliados de la cultura y el arte que son pequeñas empresas, como efecto de la pandemia, aún están enfrentándose a una crisis económica extrema y muchos emprendedores tuvieron que cerrar sus negocios y quedar con grandes pérdidas. Por otro lado, algunos con posibilidades, crearon estrategias salvavidas con el boom de las redes sociales, el marketing digital y pudieron sobrevivir (Sin embargo, la recuperación en estas subregiones ha sido paulatina).

Figura 1.

Mapa del Departamento del Cesar y la ubicación de Aguachica.



Nota. Aguachica es la Segunda ciudad más grande e importante del Cesar. (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2020).

Este territorio cuenta con un amplio sector de comercio y turismo; con una diversidad artística, cultural y natural grandiosa (historia, grupos artísticos, folclóricos, reservas naturales, lugares emblemáticos, historia, etc.) por conocer, reconocer y descubrir.

Por último, en un dato importante, esta zona se destaca como epicentro que conecta el interior del país con la costa caribe colombiana, por lo tanto, es un punto estratégico para el intercambio social y económico. Pero los entes públicos y privados no tienen programas que promuevan estas iniciativas y si los hay, aún no se han promovido lo suficiente. Es evidente que muchas personas no conocen sus lugares de origen y no han se han dado cuenta de todo lo maravilloso que tiene Aguachica, en este caso. Y por el anterior motivo, se plantea construir una estrategia de comunicación digital que permita construir una ruta turística sobre el municipio de Aguachica para que se aprovechen todos las fortalezas y los beneficios de las acciones potenciales del turismo que no han sido explotadas, como resolución de las problemáticas asociadas al desconocimiento de la identidad cultural de propios y visitantes, donde la herramienta digital de un brochure turístico, permitirá a las personas disfrutar de experiencias y actividades de turismo auténticas que sobresalgan con excelencia en la región y así, fortalecer y aumentar los índices de desarrollo económico local, garantizando cambios sociales positivos.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la estrategia comunicativa más efectiva para promover una ruta turística en Aguachica, que permita promocionar su identidad cultural?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Desarrollar una ruta turística que permita visibilizar la identidad del municipio de Aguachica, (Cesar) a través de una herramienta de comunicación digital.

1.3.2 Objetivos específicos

Caracterizar los potenciales y sitios turísticos del municipio de Aguachica.

Organizar las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística.

Diseñar una herramienta de comunicación digital que promueva el turismo y la identidad cultural en el municipio de Aguachica.

1.4 Justificación

El fenómeno del turismo ha llegado a constituirse como una de las actividades económicas más importantes para los diferentes países y sus regiones; y para las personas como una preferencia de profesión para la vida o simplemente como un ocio, haciendo que esta industria sea fomentada con gran interés para su constaste crecimiento y evolución en las últimas décadas.

Hacer promoción de la identidad cultural desde el turismo en componentes como las culturas, las riquezas naturales, las artes, la gastronomía, los lugares emblemáticos y la historia en el municipio de Aguachica, Cesar es una acción comunicativa de construcción de oportunidades y estrategias de desarrollo social, económico y ambiental sostenibles, que permiten mejorar la calidad de vida de las comunidades, especialmente de las más vulnerables.

Dentro de este sector todo gira alrededor de la identidad multicultural y biodiversa de los territorios con la única misión de promocionar y recomendar todos los destinos turísticos con

grandes beneficios e intereses tanto para la economía como para los turistas. Es clave mencionar que Colombia y la región del Cesar, cuenta con muchos lugares turísticos que pueden ofrecer una experiencia extraordinaria a los visitantes turistas. No obstante, hay lugares que son señalados como zona roja por los antecedentes del conflicto armado y por esta razón, muchos viajeros se abstienen de entrar a los sitios a recorrerlos y conocerlos, por sus condiciones de inseguridad. Sin embargo, ya se están implementando alternativas para cambiar la imagen de muchas zonas, con dinámicas educativas que marcan un antes y un después, debido a las negociaciones entre el Gobierno Nacional de Colombia y las FARC – EP sobre el Acuerdo de Paz en el año 2016. Y principalmente con el esfuerzo de los agentes de cambio: gestores culturales, educadores, organizaciones independientes, defensores de derechos humanos, ambientalistas, artistas, niños, jóvenes, comerciantes, campesinos, influenciadores de viajes en conjunto con entidades gubernamentales se ha trabajado en la mejora de los entornos para permitir el sano esparcimiento de las personas que visitan los diferentes destinos, generando así, un impacto positivo en todos los aspectos y por consiguiente, una de las estrategias del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en todo el país, y por lo que el ministro Luis Carlos Reyes Hernández, ha destacado en un artículo del gobierno que el gran compromiso es seguir posicionando a Colombia como el país de la belleza a nivel internacional. Y que también, se está promoviendo efectivamente un turismo responsable y sostenible, que propenda con impacto y garantías positivas el fortalecer las experiencias de destinos emergentes y economías locales en todo el territorio nacional. (Reyes, 2025).

En los últimos años en Colombia, se ha registrado un alto crecimiento en las actividades de turismo promovido por organizaciones, empresas, figuras públicas, influencers de las redes sociales y también desde FONTUR que es el Fondo Nacional del Turismo en apoyo con el

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los cuales han diseñado diferentes estrategias como "Marca País Colombia" para convertirlo en un destino turístico paradisíaco para su gente y los visitantes internacionales cambiando los imaginarios negativos. Por lo tanto, es importante que en Aguachica, la segunda ciudad del departamento del Cesar se proyecte de manera competitiva para que sea incluida dentro de estas estrategias como las que promueve FONTUR y así, se puedan visibilizar todos los productos y servicios de turismo con el respaldo y acompañamiento de proyectos de desarrollo para el cambio social como es el enfoque de Turismo Chévere una iniciativa de un grupo de jóvenes que está creando contenido audiovisual para visibilizar la región de Aguachica y los pueblos aledaños en el Cesar. Lo cual, hace que Aguachica sobresalga en la provincia del Sur del Cesar, como una ciudad que sí tiene potenciales turísticos e identidad cultural para promocionar, además, de ser consolidada y percibida como un centro de servicios, de logística y de comercio en la región. (Plan Sectorial de Turismo del Cesar, 2019)

Asimismo, para la investigación e implementación del proyecto se hará énfasis en la importancia de acciones inmediatas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible promulgados por la Organización de Naciones Unidades – ONU a todos los gobiernos e instituciones públicas y privadas para equilibrar los efectos negativos que el turismo y las grandes industrias con altos niveles de contaminación han producido de manera inconsciente poniendo al planeta en alerta roja por el aumento del calentamiento global. Y se plantea primordialmente equilibrar la relación de los seres humanos con el entorno desde una conciencia colectiva, para la preservación de la vida en el planeta. En temas como: la pobreza, el fin del hambre, la salud y el bienestar, la educación de calidad, la igualdad de género, el agua limpia y el saneamiento, la energía asequible y no contaminante, el trabajo decente y el crecimiento económico, la industria, la

innovación e infraestructura, la reducción de la desigualdad, las ciudades y comunidades sostenibles, la producción y el consumo responsable, el clima, la vida submarina, la vida de ecosistemas terrestres, la paz y la justicia y las alianzas para lograr enfrentar estos desafíos que cada región tiene día a día.

Y, por lo tanto, se busca gestionar y lograr alianzas institucionales público – privadas para el compromiso oportuno en la visibilización turística del municipio aguachiquense para generar oportunidades de empleo, crecimiento económico, reconocimiento local, regional y nacional, etc. Por su parte, el Secretario de Cultura y Turismo del departamento del Cesar, Manuel Rangel Quintero, ha ejecutado planeaciones de asociatividad estratégica que se han proyectado con la capital del país desde el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá – IDT, para realizar acuerdos y convenios que ayuden al fomento y a la promoción de los destinos regionales, consolidando la cooperación para promocionar toda la identidad cultural del Cesar, incluyendo a Aguachica; y para estas acciones las plataformas tecnológicas, las redes sociales y el marketing digital serán trascendentales. (Rangel, 2024)

En conclusión, el sentido de pertenencia con el territorio será la clave para crear una Ruta de Turismo Integral con una estrategia de comunicación digital que permita desarrollar proyectos de transformación social en el campo y en la ciudad sobre conciencia colectiva para la no repetición de la violencia, la protección de la memoria histórica, la cultura ciudadana, la democracia participativa, la cultura de emprendimiento sostenible, etc. Todo esto, para lograr que Aguachica sea reconocida en la región como un destino turístico que inspire al país con sus manifestaciones de construcción de paz y así visibilizar a través del turismo sostenible la riqueza cultural material e inmaterial que la identifica, junto a sus habitantes.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 *Delimitación operativa.*

Esta idea promueve el diseño de una ruta turística en Aguachica, en el departamento del Cesar para aumentar los índices de promoción de la identidad cultural y se desarrollará a través de un enfoque cualitativo con cuatro etapas:

1. Identificación de los potenciales y sitios turísticos.

2. Categorización de las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística.

3. Diseño de una herramienta de comunicación digital con los destinos turísticos y productos o servicios de turismo.

4. Fomento de una estrategia de promoción y divulgación para socializar y fomentar el turismo, la identidad cultural y el sentido de pertenencia de las comunidades por el territorio.

Los instrumentos o herramientas que se usaran son equipos técnicos como: cámaras fotográficas y de video y grabadoras de audio, para recopilación de material audiovisual, computadores para la edición, el diseño, la publicidad y otros usos.

El acceso al territorio se hará con previa notificación y agenda a los contactos de expertos, gestores sociales, artísticos y lideres con los cuáles se hecho y se ha participado en otros proyectos de interés social. Esta logística se hará teniendo en cuenta la disponibilidad de tiempo de los miembros del equipo del proyecto y de las personas en cada lugar que se visitará; estos últimos serán los que informarán sobre los medios de transporte más efectivos y las situaciones de orden público que se presenten.

Dificultades Controladas. Por las situaciones de compromisos personales de algunos expertos, lideres o lideresas en las comunidades, el cronograma de actividades podrá ser replanteado las veces que sea necesario para lograr implementar el proyecto piloto como un acercamiento a los territorios para investigar, identificar y promocionar la ciudad.

Dificultades No Controladas. Los aspectos climatológicos (de buen clima) permitirán llevar a cabo el plan de actividades de manera efectiva, sin embargo, son situaciones que se salen del control humano.

Y de otra manera, la consecución y gestión de recursos económicos para la finalidad del proyecto en materia de refuerzo del equipo técnico, de viáticos (alimentación, hospedaje, transporte) honorarios e implementos de bioseguridad para los integrantes y la comunidad participante. Si no se logra en el tiempo determinado, esto ocasionará un retraso en la ejecución oportuna.

1.5.2 *Delimitación conceptual.*

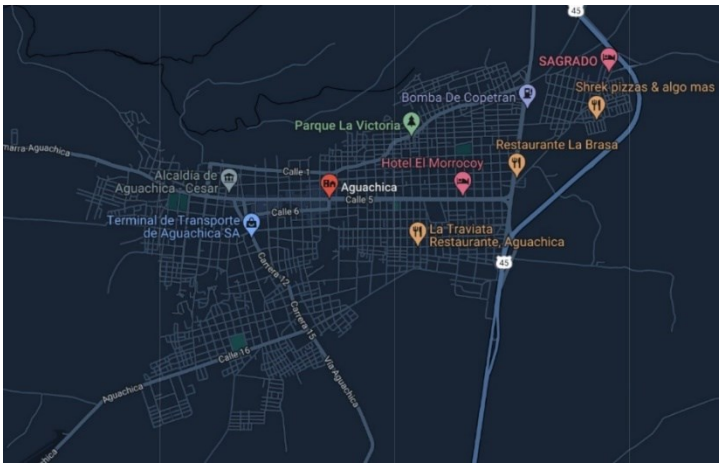
En este proyecto de investigación se utilizaron conceptos como: turismo, sostenibilidad, territorio, comunidad, cultura, identidad, potenciales turísticos, economía local y desarrollo social.

1.5.3 *Delimitación geográfica.*

La investigación se ejecutará en Aguachica, municipio perteneciente al sur del departamento del Cesar en Colombia.

Figura 2.

Mapa técnico de Aguachica, Cesar.



Nota. Ubicación estratégica de Aguachica. Fuente: Google Maps.

1.5.4 *Delimitación temporal.*

Este proyecto buscará ser materializado en un tiempo estipulado de 8 semanas, luego de la aprobación del Comité Curricular del Plan de Estudios de Comunicación Social.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco Histórico

Los primeros viajes en el mundo se hacían caminando y en bestias principalmente para conquista de territorios e intercambios comerciales, pero la necesidad recorrer las distancias de una manera más rápida para así ahorrar tiempo produjo la invención de los primeros medios de transporte antes del siglo VII que no fueron precisamente para generar turismo, pero si abrieron paso a un fenómeno potencial de aventura, estudio e intercambio cultural unos años más tarde.

En 1650, las familias más pudientes de Inglaterra organizaban viajes para sus hijos para conocer Europa y completar sus estudios, en estos viajes ellos usaban servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento. Esto se conoce como el "Gran Tour" y estas actividades fueron las precursoras del turismo moderno. En los años 1841, el inglés Thomas Cook hizo el primer viaje en tren para 570 personas, al hacerse en grupo permitió reducir costos. Y en 1845 Cook, creó la primera agencia de viajes del mundo llamada "Thomas Cook and Son".

En un informe elaborado por Mayans (2021) para National Geographic afirma que, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, Egipto se convirtió en el destino turístico por excelencia para los europeos y norteamericanos de clase media y alta. Pero un viaje de esas características precisaba de una logística compleja y en este caso Cook desde su agencia de viajes sería quien tendría la intención de evitar a los turistas todo tipo de complicaciones y que estos pudieran disfrutar de su viaje sin preocuparse por nada.

Uno de los hechos fundamentales que marcaría un antes y un después en el desarrollo del turismo en Egipto sería la apertura del canal de Suez en 1869. Este acontecimiento supuso que ese mismo año, la agencia de viajes fundada por Thomas Cook comenzaría a

> vender viajes organizados desde Londres a El Cairo. Un año después, en 1870, Cook publicó la primera guía turística de Egipto. En ella, del mismo modo que en las guías actuales, se daba al viajero (sobre todo británico y de clase media) consejos prácticos, direcciones y datos útiles para su periplo. (p. 3) Y así, esta primera agencia de viajes del mundo organizó viajes a otros lugares del Imperio Británico, como China, India o el Mar Rojo. (Mayans, 2024) Según National Geographic – Thomas Cook y el boom del turismo en Egipto.

En 1914, muchos de los vehículos de la Primera Guerra Mundial fueron adaptados para el transporte masivo y en ellos se hacían excursiones pese a la crisis civil que había en gran parte del mundo, fue una manera de aprovechar los recursos de la guerra para un bien común.

> Fueron varios los factores que, además del transporte, contribuyeron a este desarrollo: la paz que sobrevino después de la guerra; el aumento del nivel de vida de la clase media y trabajadora; la generalización de las vacaciones pagadas y la devaluación sufrida por las monedas de algunos países europeos, entre ellos Alemania e Italia, todos esos factores estimularon fuertemente los viajes vacacionales. (Acerenza, 2006, p.80).

El auge de la aviación trajo consigo más posibilidades de desarrollo económico, social y de intercambios culturales. Fue en el año de 1927, cuando se hizo el primer vuelo de turismo entre Inglaterra y Estados Unidos, lo cual potenció los vuelos comerciales. Y todo esto, debido a los primeros avances tecnológicos después de la guerra que permitió el progreso innovador en la manera de transportarse las personas y también fortalecer la economía.

Y durante la declaración de los derechos humanos después de la revolución francesa se propició que “Toda persona tiene derecho al descanso, al uso del tiempo libre, a una limitación

razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas." (ONU, 2018) Porque una de las maneras preferidas de las personas de usar su tiempo libre es haciendo turismo.

Por otro lado, la globalización y los grandes avances tecnológicos han permitido que muchas personas en el mundo estén conectadas desde la virtualidad y puedan acceder fácil e inmediatamente a la información para hacer conocer los destinos turísticos antes de visitarlos, hacer compras de productos, servicios, tiquetes de viajes, programar intercambios culturales con personas de otros lugares; y actualmente, existen influencers de viajes que recomiendan los destinos motivando con sus fotografías y videos a través de las plataformas digitales y redes sociales a su audiencia, para vivir experiencias viajeras.

En Colombia, la historia del turismo se remonta a las épocas de la colonización española donde el actual territorio colombiano constituyó un corredor de poblaciones entre Mesoamérica, el Mar Caribe, los Andes, la Amazonía, Europa y otros lugares del mundo. (Jaramillo, 2009) Los primeros viajes hacia Colombia como destino eran de españoles enviados por el rey para que fueran encomenderos de las provincias, y también se hacían viajes para el comercio de materias primas y materiales preciosos, con el paso del tiempo por la mezcla cultural de razas, los criollos (hijos de españoles con americanos) eran los que tenían derechos a salir de las tierras para formarse militarmente o académicamente en España y en algunos países que eran cercanos a la corona española. Se podría decir que estos fueron los primeros indicios de turismo, este fenómeno de migración no era principalmente con el objetivo de esparcimiento o disfrute del tiempo libre como un derecho humano.

Antes, los únicos privilegiados eran los enviados por la corona, los militares, los clérigos y los criollos; y por el contrario el pueblo (campesinos, indígenas y negros) eran esclavos y servidores que no iban nunca a poder hacer viajes para compartir con sus familias o conocer

otros lugares. Fue entonces, con la traducción de los derechos humanos por parte del político y militar Antonio Nariño, que el panorama social cambió un poco a favor del pueblo. Lo que también dio paso a que se promoviera la independencia de la corona española y fueron las campañas libertadoras otro indicio de viajes, que, aunque el objetivo era militar, muchos de los generales aprovechaban para hacer un descanso o hacer actividades de placer en las provincias que visitaban después de un largo camino con el agotamiento de las guerras en el virreinato colonial.

Muchos años después de un proceso de descolonización y evolución de los países americanos que se convierten en republicas y se plantean sistemas políticos, sociales y económicos los que permiten una organización de los gobiernos con políticas públicas de bienestar común, que se promueven vacaciones para los trabajadores como un derecho y por lo general en estos viajes se planean visitas a otros lugares para vivir una experiencia turística.

> Un hito relevante se dio en este sector del turismo solo hasta la década de los 90's, fue el 17 junio del año 1954, que se creó formalmente la Asociación Colombiana de Hoteles – ACOTEL en la ciudad de Barranquilla. Proyecto liderado por John Sutherland, entonces Gerente del Hotel Tequendama. Y, un años después se forma la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia – ALAICO el 25 de octubre de 1955 en la ciudad de Bogotá. Y también, el 24 de octubre de 1957 el gobierno creó la Empresa Colombiana de Turismo por Decreto 0272. Mientras, que los restaurantes se agremiaron en la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes – ACOGRAN; la capital del país también daba un paso importante en el año de 1959, creado el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá. (Timetoast, s.f.)

Esa importante organización del comercio en el sector turístico ha permitido que la competitividad crezca y que se ofrezcan una variedad de productos y servicios en diferentes categorías como estrategia de desarrollo económico y social que genera oportunidades de creación de empresas, empleos e intercambio de experiencias que dignifican la vida de las personas.

Colombia cuenta con una biodiversidad y multiculturalidad maravillosa que permite disfrutar de diferentes actividades turísticas para el placer y el aprendizaje de las personas. Dentro de los tipos de turismo podemos encontrar el turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de naturaleza, turismo de aventuras, turismo de moda, turismo artístico, turismo náutico y cruceros, turismo empresarial, turismo de salud y bienestar, turismos de congresos y eventos, entre otros. Estos aspectos son promovidos por el Fondo Nacional del Turismo – FONTUR del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, quienes se encargan de promocionar los destinos turísticos más importantes con estrategias de marketing y publicidad para que este sector siga siendo un motor de desarrollo en todo el país ahora con la filosofía de los Objetivos de Desarrollo Sostenible Promulgados por la Organización de Naciones Unidas – ONU para un mundo mejor.

Por último, en la región del Cesar que es uno de los principales atractivos culturales de Colombia. Su capital es Valledupar. Está ubicado al noreste del país, en las regiones Andina y Caribe. Su nombre proviene del río Cesar a quien los indígenas llamaron Pompatao, “Señor de todos los ríos”. (p. 14) Por todo esto, el Cesar es un importante destino turístico a nivel mundial, un territorio de identidad de patria, porque hablar del Cesar y del vallenato es hablar de Colombia y de esas tardes a orillas del río Guatapurí escuchando versos de trovadores al ritmo de

acordeones herederos de Francisco el Hombre y de otros juglares representativos de la región y del género vallenato. (Gobernación del Cesar, 2016)

> El vallenato, su principal expresión es un género musical que representa las vivencias y el saber de un pueblo. Es la fiel imagen del mestizaje de tres culturas: española, representada en el acordeón; africana, en la caja; y nativa, en la guacharaca. (p. 1) Los cantos vallenatos nacen de esa mezcla: combinan elementos de cada origen como las décimas españolas, los cantos africanos representados en coros, y los lamentos indígenas (viajandox, s.f.).

2.1.1 Antecedentes

Este proyecto de investigación fue promovido por Netty Consuelo Huertas Cardozo para su tesis de Doctorado en Turismo, Derecho y Empresa de la Universitat de Girona en España denominado Turismo Rural Comunitario como una Propuesta Metodológica de Innovación Social para Comunidades en Conflicto. Caso Montes de María (Subregión ubicada entre los departamentos de Sucre y Bolívar) investigación publicada en junio del año 2015. Cuyo objetivo es diseñar una propuesta de desarrollo turístico sustentada en su riqueza natural y cultural para la Región de los Montes de María, en la cual se involucre a la comunidad; para lo cual se analizan otros casos colombianos que han puesto en evidencia la capacidad que tienen las prácticas turísticas como detonante de generación de oportunidades y en consecuencia mejores condiciones en espacios subdesarrollados.

> Se plantea un contexto que permite descubrir a los Montes de María como un territorio que representa las áreas rurales de un país tercermundista como Colombia, nación que ha presentado en los últimos años altas tasas de crecimiento y disminución de la pobreza; sin embargo, esta realidad aún no se vive en los campos, porque el desarrollo se ha

> concentrado en las zonas urbanas en detrimento de los campesinos. Por tanto, la hipótesis de partida de este trabajo es que en todos los territorios se puede ejercer una actividad turística, independientemente de sus condiciones iniciales (pobreza, conflicto, necesidades básicas insatisfechas, entre otras), y la tarea consiste en generar unas condiciones más favorables para el desarrollo del turismo. (Cardozo, 2015, p.22)

Se evidencia que la metodología aplicada se resume en cuatro etapas: revisión de literatura, análisis de casos nacionales e internacionales, valoración de atractivos turísticos de los Montes de María y diseño de la propuesta para la zona de estudio, cada una de ellas con diferentes fuentes de información. Y, además, el resultado más importante es la identificación total de la biodiversidad, las costumbres, gastronomía, lugares emblemáticos…y que las estrategias para fortalecer los procesos comunitarios es el liderazgo y la organización de las comunidades en un sentir común de desarrollo, la revalorización del patrimonio cultural material e inmaterial y fomentar el sentido de pertenencia por el territorio y hacer memoria. Por consiguiente, las diferentes experiencias en otras regiones colombianas con antecedentes de conflicto el Turismo Rural Comunitario es clave como medio de progreso y para la reconstrucción del tejido social.

Este proyecto ayuda a asegurar que los procesos participativos orientan de una manera práctica a las comunidades que son vulnerables y el acompañamiento en estos espacios promueve el fortalecimiento de habilidades para que las personas definan sus propios destinos orientados hacia la construcción de paz. Esta es una muestra de cómo las comunidades unidas pueden marcar un antes y un después en la historia de sus territorios, haciendo apropiación de su identidad cultural y transformando los hechos dolorosos de manera resiliente desde lo individual y colectivo, y convirtiendo estas situaciones en oportunidades de progreso comunitario con

proyectos sociales, educativos, de emprendimientos, de desarrollo sostenible…y con estas alternativas garantizando la no repetición de la violencia.

Este proyecto de investigación tiene como autor a Miguel Ángel Acerenza, docente y consultor independiente en marketing y promoción turística en diferentes universidades de Latinoamérica, la Organización de Estados Americanos, la Organización Mundial del Turismo, entre otras; denominada Conceptualización, Origen Y Evolución Del Turismo y su publicación fue el 18 de septiembre de 2006 en México D.F. Y tiene como propósito ayudar a una mejor comprensión de la magnitud y complejidad del que, sin duda, constituye uno de los fenómenos sociales más significativos de nuestro tiempo, el turismo.

Puntualmente se aborda la problemática de la conceptualización del turismo, porque esta no ha podido ser definida con una visión universal. Y se refuerza el enfoque histórico y la evolución del mismo desde diferentes puntos de estudio. Esta es una investigación teórica y de tipo cualitativa, porque busca generar conocimientos y se profundiza en el enfoque de análisis, evaluación e interpretación de información para realizar nuevos planteamientos.

Como resultado se evidencia el fácil acceso desde internet al libro y este puede adaptarse a los programas de estudio de las carreras de turismo que se imparten en los centros educativos de México, y de otros países latinoamericanos en los cuales se brinda esta formación.

Y teniendo en cuenta lo pertinente que son los datos y la información que se almacena en el documento, esto genera claridad en la formulación del marco histórico y los antecedentes de esta nueva investigación en el departamento del Cesar - Colombia.

En conclusión, los objetivos planteados facilitan la comprensión de las complejidades del concepto, el origen y la evolución del turismo. Y los logros propuestos se han cumplido porque

en el producto de la investigación también se analiza un lenguaje sencillo al cual pueden acceder muchas personas para aclarar sus dudas e inquietudes y así conocer los hechos más relevantes.

En primer lugar, la autora de este informe investigativo es Carmen Altés integrante del BID - Banco Interamericano de Desarrollo en Washington, D.C. y hace parte de la serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible, publicada en Julio de 2006.

"Con este informe el BID pone en evidencia su interés en profundizar el conocimiento del turismo en la región y reconoce la importancia de apoyar a los países en su uso efectivo como herramienta de desarrollo sostenible." (Altés, 2006, p.3)

Debido al posicionamiento potencial del turismo como uno de los generadores de ingresos y empleos en la economía del mundo, su aporte ha promovido un crecimiento acelerado en el Producto Interno Bruto – PIB de los países en vía de desarrollo como es el caso de América Latina. Todo esto permitió la vinculación en la economía global con una participación favorable e importante desde el desarrollo sostenible. Razón por la cual el BID ha hecho inversiones públicas y también ha surgido interés en los gobiernos para aprovechar las oportunidades dirigidas a fomentar el desarrollo turístico en los países de la región.

La metodología usada es de diagnóstico con datos recopilados, análisis e interpretación de estos para la finalidad de construir un informe detallado y conciso sobre la situación del turismo y la importancia como estrategia de desarrollo para los territorios de Latinoamérica. La mirada del BID y su voluntad de trabajar en equipo con los gobiernos, las academias y las comunidades, creando una articulación y alianzas eficaces, es uno de los avances más pertinentes para lograr un plan trasversal de desarrollo sostenible en la actividad turística.

Para finalizar, se observó que la participación, la organización y el liderazgo de las comunidades son la clave en la implementación de distintos proyectos que lleven el sello de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, porque se hace urgente que las comunidades se apropien del potencial de sus territorios para lograr una reconstrucción del tejido social sólida.

Esta investigación fue liderada por Héctor Freddy Morales, docente antropólogo y coordinador del programa de Autodesarrollo de la Universidad de Chile y se denomina Turismo comunitario: Una alternativa de desarrollo indígena. Fue publicada en julio de 2006 por la Revista de Antropología Iberoamericana de España.

La finalidad de este proyecto es promover desde el turismo comunitario una estrategia de desarrollo de las poblaciones indígenas en el norte de Chile. Estos se concentran en el Altiplano o Puna Andina ubicado al sur de América es una región que colinda con países como Bolivia, Argentina, Perú y en especial con Chile.

> Estas poblaciones se encuentran mayoritariamente distribuidas en pequeños poblados o asentamientos con intensos sistemas agroproductivos de autosubsistencia, pero con grandes restricciones climática y geomorfológicas. Ello se contrasta con la pristinidad y exotismo de los numerosos atractivos naturales de la zona, entre los que se encuentran salares, lagunas, quebradas, volcanes y fauna autóctona, como flamenco, llamo y vicuña, por otro lado, el origen prehispánico de la arquitectura monumental y restos arqueológicos, han determinado la conformación de una intensa actividad turística de orden internacional, que hoy caracteriza a la zona y que impacta la vida de las poblaciones autóctonas. (Morgado, 2006, p.1)

Se realizó un plan con una propuesta formativa y productiva para capacitar a los líderes atacamañeros y quechuas, y también se les brindó asistencia técnica en aspectos de gestión y administración de empresas de turismo comunitario. Además, se obtuvieron resultados desde la economía turística con un enfoque ecológico y comunitario, y se promovieron planes de negocio asociados a la infraestructura turística en hostales, rutas de senderismo y miradores en los lugares seleccionados.

Se identifica un aporte interesante en el aspecto de organización de las comunidades, lo cual muestra que es posible iniciar procesos de formación de líderes y que estos trasmitan los aprendizajes para así fortalecer las habilidades y destrezas de un colectivo que trabaja por el bienestar común. Esto garantiza que con un equipo de talento humano y la acción comunitaria comprometida se puede hacer un plan integral de desarrollo sostenible para obtener logros más allá de las expectativas.

Esta investigación fue presentada por Juliana Andrea Combariza González estudiante de la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional como trabajo de grado para su maestría en Ciencias Agrarias con énfasis en Desarrollo Empresarial Agropecuario y fue publicada 17 de agosto de 2012 en Bogotá, denominada de la siguiente manera: El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa en Cundinamarca.

Este proyecto tiene la finalidad de determinar el aporte del turismo rural en el cambio del estado de desarrollo de los habitantes del municipio de La Mesa (Cundinamarca), bajo el enfoque de “desarrollo humano sostenible”.

Además, se ha resaltado que el municipio de La Mesa es lugar que promueve la actividad agrícola como principal fuente de ingresos económicos, y desde el plan de turismo se busca

dinamizar y diversificar su economía haciendo aprovechamiento de la cercanía con Bogotá la capital del país en vista de que es una de las principales plazas de comercio de materias primas, bienes y servicios; y esto facilita que los recursos naturales y culturales que posee el municipio se vean como adecuados para ser convertidos en productos de turismo rural, según algunos estudios académicos de la Universidad Nacional realizados en este territorio . Sin embargo, la situación del campo colombiano carece de estrategias que permitan lograr un plan efectivo y por esta razón surgen diferentes interrogantes, entre esos se destaca: ¿Es el Turismo Rural una alternativa que promueve el desarrollo que desean los habitantes de un territorio rural?

> La Metodología de Sistemas Suaves adaptada de Checkland se construyó un modelo ideal de un turismo rural que contribuyera al "desarrollo humano sostenible". El modelo se contrastó con lo encontrado en el Municipio, donde, a través de la misma metodología en conjunto con la inmersión social se caracterizó el sistema turístico de la Mesa en el momento de la investigación. (González, 2012, p.9)

Uno de los resultados que se encontró fue que el turismo de finca recreativa o de segunda vivienda que se estaba desarrollando en el lugar de estudio (por estar ubicado en un eje vial importante) no era el más adecuado para los locales y este solo promueve un progreso económico parcial, y se hace necesaria la implementación de una estrategia que permita un desarrollo económico para todo el territorio.

Por último, los aportes que se recogen posibilitan una acción que permita evaluar los planes de turismo actuales en la región del Cesar para identificar si son pertinentes y de ser así solo queda fortalecerlos; pero si muestran lo contario, hay que idear junto a las administraciones públicas unos planes que permitan el aprovechamiento del potencial turístico para beneficio de las comunidades y que sean ellas mismas las que participen de las construcciones.

Este proyecto fue liderado por Rosalía Burgos Doria, docente en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente de la Fundación Universitaria Los Libertadores en febrero de 2016, generado de la investigación titulada Turismo comunitario como motor de desarrollo. Caso Localidades de Ciudad Bolívar y Usme, zona Rural de Bogotá D.C. Su propósito fue impulsar el turismo comunitario como un motor de desarrollo para la consolidación de los destinos turísticos de las localidades antes mencionadas.

> Basados en los estudios que se han realizado en torno al desarrollo del turismo comunitario en algunos países de Latinoamérica, se determinará cuál ha sido la contribución al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades que lo desarrollan. Para ello, se hace una revisión de fuentes secundarias de investigaciones y proyectos realizados en estos países por organizaciones del sector público, como el sector de la academia, comprendidas a partir de 2006 hasta 2015 y en contextos rurales. Adicionalmente, se presenta un análisis de los documentos que permiten servir de base teórica para la orientación de un proyecto de investigación que busca responder a la siguiente pregunta: ¿cómo impulsar el turismo comunitario como un motor de desarrollo para la consolidación de los destinos turísticos de las localidades de Ciudad Bolívar y Usme (zona rural) en Bogotá D.C. (Doria, 2016, pp.197-198)

La metodología utilizada es de tipo experimental porque con la información y las experiencias recopiladas de otros países que ya han trabajado con el Turismo Comunitario como estrategia de desarrollo local, se pretende implementar un plan turístico para la zona urbana y otro para la zona rural en dos localidades importantes de Bogotá para promover la organización y la cultura del emprendimiento en ellas.

Entre los resultados interesantes se encuentra que el gobierno distrital ha promocionado el turismo comunitario en cooperación con organizaciones públicas y privadas, aunque no se ha avanzado lo suficiente en estos temas. Y aunque les falta acompañamiento y apoyo para para la organización de constitución legal de sus emprendimientos para acceder a préstamos financieros, la comunidad ha reconocido que los han capacitado en actividades turísticas de manera atenta, desde el gobierno local y distrital.

Para concluir, se identifica que es de suma importancia estrechar alianzas con las organizaciones públicas y privadas para fortalecer las diferentes iniciativas de proyección social, porque esto permite el fortalecimiento y capacitación del talento humano y también la posible gestión de recursos para ejecutar las ideas.

Esta investigación fue liderada por Jhon Anderson Blanco Amaya como trabajo de grado para optar por el título de Administrador Turístico y Hotelero de la Universidad Pedagógica y Tecnológica De Colombia en el año 2015 en Duitama, Boyacá. Y su proyecto lleva por nombre El Valle de Tenza como Destino de Turismo de Naturaleza en Boyacá, Validación desde la Metodología Procolombia. Su propósito era evidenciar cuál es el estado del destino Valle de Tenza como Producto de Turismo de Naturaleza para así validar y ejecutar un plan de acción turística y empresarial que visibilizara y posicionara el atractivo como destino turístico de Colombia.

El proyecto tiene un enfoque Cuantitativo, porque se hace recopilación y análisis de datos que representan cantidades sobre las variables y el tipo de investigación es Evaluativa, porque el diagnóstico general permitirá la validación de un plan estratégico.

> Así como se usaron instrumentos para obtener y procesar la información, tales como: - Ficha de Caracterización, Valoración y Vocación del Destino: con la cual se recopilo la información del destino (en físico y digital), para luego ser procesada, evaluada y generar el informe de la validación. - Registro Audiovisual: constituido por fotos y videos de la región de Valle de Tenza, con lo cual se soporta los resultados obtenidos. - Observación de los investigadores: con la cual se complementa la información del destino. (Amaya, 2015, p.31)

Uno de los resultados más importantes es que en la región se han implementado rutas de senderos como una labor desde el Gal Valletenzano - Agencia De Desarrollo Económico Local y las alcaldías, con lo cual se busca minimizar los impactos del turismo e integrar a la comunidad.

El informe final ayuda a comprender que, aunque no es fácil la integración en conjunto del sector público, empresarios, academia y comunidad, una vez se logre esta articulación es una oportunidad de transformación social y de apoyo a proyectos sostenibles construidos en las mismas comunidades.

En conclusión, el aprovechamiento de los lugares con vocación turística aporta al desarrollo local y propicia que sus habitantes gocen de mejores condiciones de vida.

Este proyecto ha sido promovido por el Plan de Desarrollo Departamental de 2016 – 2019, El Camino del Desarrollo y la Paz de la Gobernación del Cesar y fue publicado en su página web el 8 de enero de 2020 en la sección de Políticas y Planes. Esta es una actualización del Plan Sectorial de Turismo del Departamento Cesar con Visión 2030 y tiene como misión hacer una reorientación del turismo en el territorio, para que haya fortalecimiento de la competitividad y oportunidades de emprender, lo que generará mejores condiciones de vida y

bienestar en las comunidades que habitan la región, así como mejores niveles de satisfacción por parte de los visitantes o viajeros por su experiencia turística en los destinos que están validados.

Por el constante crecimiento de la demanda turística el Departamento del Cesar también se sumó a la dinámica nacional para aprovechar los recursos naturales y culturales. Por esta razón desde el Plan de Desarrollo Departamental se ha propuesto una estrategia de mercado, atendiendo las necesidades del territorio y las expectativas de la demanda nacional e internacional. Teniendo en cuenta las ventajas del destino y los retos por superar, en los componentes cultural, ambiental, social, empresarial e institucional. Además, este plan estratégico se abarca desde la filosofía de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como base para la trasformación social, la resolución de problemáticas básicas desde el turismo.

Esta investigación y plan sectorial de turismo, permite fortalecer y ratificar la orientación que se pretende hacer desde la iniciativa del proyecto planteado en este documento.

Se pueden observar logros en la identificación de diferentes lugares del departamento del Cesar que están en condiciones óptimas, mientras que otros requieren de una intervención urgente para embellecimiento, mantenimiento, construcción de infraestructuras, creación de empresas y acompañamiento a las comunidades para la organización, formación y capacitación de los lideres, etc. Para bridar una experiencia turística única y así poder crear una ruta de turística completa e incluyente.

Este es un estudio de la Corporación Autónoma Regional del Cesar en concertación con la Universidad Nacional de Colombia llamado Estudio de la Caracterización Biológica y Ecológica Integral. Recuperación, Protección y Conservación del Bosque Natural del Agüil en el Municipio de Aguachica. De este proyecto hizo parte un equipo diverso y profesional que dirigió

J. Orlando Rangel. Es importante mencionar que el Bosque del Agüil es un lugar protegido y es uno de los atractivos naturales de Aguachica y la región por su fauna, flora, sus yacimientos de agua (caños, espejos de agua, humedad natural producida por la vegetación...) Además, por la problemática de racionamiento del agua en el municipio, este tiene unos lugares con lavaderos comunitarios, abastece y ayuda a mitigar la necesidad del agua en los hogares cercanos para uso doméstico.

> En razón a la preocupación de CORPOCESAR y del municipio de Aguachica por el futuro del área, se concertó con la Universidad Nacional de Colombia la realización de un estudio que permitiera conocer la riqueza biológica del área, y con base en este ejercicio llegar a la zonificación ambiental y proponer medidas y acciones para el manejo. (Rangel, 2007, p.12)

La metodología usada se divide en dos etapas: Revisión de información secundaria y Fase de campo y laboratorio.

La zonificación fue uno de los objetivos iniciales: Debido a la fragilidad del bosque del Agüil y al grado de amenaza en el cual se encuentran sus recursos tanto hídricos como naturales no se recomienda ningún uso sostenible para la zona. 142 hectáreas deben ser sometidas a restauración, 12,4 hectáreas a recuperación y 11,59 ha a conservación. El uso como parque de entretenimiento y dispersión debe ser activamente supervisado mientras las etapas de recuperación se llevan a cabo (Rangel, 2007).

El Bosque de Agüil o El Pulmón del Cesar como muchas personas lo conocen es un área natural actualmente diferentes aspectos lo amenazan y lo colocan en una situación crítica, uno es el descuido por parte de las administraciones públicas y otro el poco sentido de pertenecia de los

ciudadanos aguachiquenses, porque no dimensionan o no se les ha educado sobre temas de conservación y protección natural para la vitalidad y equilibrio de los seres humanos en el entorno. Y, por último, se revela que esta área natural es un potencial turístico que requiere de una atención cuidadosa, para la protección de las especies de flora y fauna que habitan ella, y también de inversión para reorganización del lugar desde infraestructura hasta la contratación de operadores de mantenimiento y guías turísticos.

Desde esta investigación surge plantear una estrategia pedagógica para darle a conocer a los ciudadanos, cuáles acciones aportan a cuidar y proteger el área natural del Bosque del Agüil en el municipio de Aguachica.

Todos los estudios previos de los antecedentes referenciados dirigen de una manera concisa el planteamiento del problema a investigar y a su vez, permitirán delimitar el área del conocimiento, tener en cuenta las teorías y los postulados como guía metodológica, ayudarán a prevenir desaciertos, y orientarán de una manera eficiente y eficaz el logro de los resultados planteados en la creación y el diseño apropiado de la ruta turística del municipio de Aguachica en el departamento del Cesar.

2.2 Marco Contextual

Aguachica, siendo el segundo municipio más importante del departamento del Cesar es una región con características específicas y atractivas que incluyen una biodiversidad y multiculturalidad auténtica debido a que es un epicentro geográfico que conecta el interior del país con la costa caribe colombiana. Este pueblo, es destacado por su historia, lugares emblemáticos, gastronomía, folclor, arte, ganadería, agricultura, pesca, quebradas, ciénagas, reservas naturales, etc.

La suma total de ciudadanos que hay en el territorio aguachiquense es aproximadamente unos 120.000 habitantes. Este posee un clima netamente tropical; este municipio ubicado en la sur del departamento del Cesar, limita al norte con el municipio de la Gloria, al sur con el municipio de San Martin y con el departamento de Santander, al oriente con el municipio de Rio de Oro y el departamento de Norte de Santander, , al occidente con el municipio de Gamarra y el departamento de Bolívar. Igualmente, cuenta con una etnografía muy diversa de personas mestizas, blancas, afrocolombianas, mulatas e indígenas o amerindios. (Gobernación del Cesar, s.f.)

Los grupos indígenas que habitaron en la cordillera oriental y en el valle plano del río Magdalena, donde actualmente está ubicado el municipio de Aguachica como epicentro de los pueblos surcesarense por ser el más grande, por su influencia y desarrollo como la segunda ciudad del departamento, fueron los de origen tunebos a los que pertenecían los indios Buturamas, Lucutamas, Auramas, Hacaritamas, Teoramas, Tisquiramas y los Tamalameques, entre otros. Estos indígenas eran nómadas, cazadores, pescadores y cuando hacían asentamientos en regiones que les favorecían de las inclemencias del clima, desarrollaban una agricultura incipiente. (Díaz, 2014, p.6) Y dentro de la región se puede apreciar una fauna particular de morrocoyes, tortugas, babillas, caimanes, iguanas, conejos, chigüiros, venados, tigrillos, aves nativas y migratorias, y múltiples especies de peces por su cercanía al gran río Magdalena o el río «Yuma» que traduce como: río amigo; denominado así, por los pueblos indígenas originarios. (Alvear, 2005)

Es sobresaliente que su agricultura es una de las principales fuentes económicas y debido a su clima tropical se puede cultivar: algodón, arroz, café, maíz, palma africana, plátano, mango, caña de azúcar, cacao, soya y yuca, etc. Además, el desarrollo comercial de pequeñas y grandes

empresas que ofrecen productos y servicios diversos ha permitido que esta zona sea una fuente de generación de empleos (A. García, 1968, p. 9-12).

Sus comidas típicas son: el sancocho de gallina y res, las legumbres acompañadas con arroz y limonada, pescado sudado, cocido o frito, entre otros; y en la semana santa se preparan dulces de mango, papa, papaya, leche, uvita de lata, coco que hacen parte de la tradición en la celebración de esa fecha especial para su gente.

Es un territorio folclórico en el que se ven reflejadas las costumbres de los ancestros con aires momposinos, árabes, indígenas y afrodescendientes en los bailes (bullerengue, chandé, tambora, cumbia y vallenato) géneros que también se convierten en ritmos musicales se acompañan de acordeón, la tambora, la guacharaca, la flauta, la gaita, entre otros. (Procolombia, 2021)

Entre sus eventos culturales más relevantes a nivel nacional e internacional se encuentra: el Encuentro Nacional de Danzas Folclóricas y el Festival de Nacional e Internacional de Teatro – Laboratorio de Paz (Festilab), el Festival Nacional de Bandas de Viento en Aguachica, Fiestas Patronales de San Roque y Fiestas de Carnavales Morrocoyeros.

El río Magdalena es una de las principales fuentes de vitalidad y provisión de las diferentes culturales ribereñas y de todas las comunidades de la región, siendo también uno de los puertos fluviales fundamentales para el trasporte de cargas entre la región del sur del Cesar, el sur de Bolívar y el Magdalena Medio. (UNAL, 2020) Y, a los trasportes se suman la terminal de trasporte terrestre, el aeropuerto Hacaritama ubicado en la vía hacia Río de Oro y la terminal férrea en el corregimiento de La Estación de Gamarra que actualmente no tiene transporte de

pasajeros, pero tiene habilitada su vía solo para el transporte de carbón de las mineras multinacionales que hacen presencia en la zona.

En un contraste, es lamentable que no se haga aprovechamiento de la riqueza cultural y patrimonial de la región. El abandono estatal y la falta de voluntad política hacen que Aguachica, a pesar de su potencial en diferentes áreas, estén en un atraso evidente en comparación con otros municipios de Colombia y, a esto, se le suma la estigmatización como zona roja porque el conflicto armado colombiano ha dejado una huella, también. Sin embargo, el municipio ha tenido procesos de transformación social muy importantes como lo fue la Consulta Popular por la Paz el 27 de agosto de 1995, iniciativa impulsada por el Luis Fernando Rincón López (alcalde de la época) y Monseñor Leonel Pineda con algunos miembros del equipo de la administración pública, decidieron hacer uso del mecanismo participación ciudadana de Consulta Popular por primera vez en Colombia, amparados por la Constitución de 1991, para rechazar la violencia que ultrajaba a las personas durante los años 80's y los 90's. Y por esto, a los habitantes en la consulta se les hizo la siguiente pregunta: "¿Rechaza usted la violencia y está de acuerdo en convertir a Aguachica en un municipio modelo de paz?" A lo cual, muchos respondieron con un Sí, rotundo; mientras que otros tuvieron miedo de hacerlo. Y aunque, los votos no alcanzaron el umbral requerido para aprobarla oficialmente, la legitimidad y el llamado de los ciudadanos se evidenció que era el momento de que Aguachica comenzara una serie de cambios de impacto positivo en materia de alianzas institucionales, educación, seguridad, el fomento de organizaciones sociales y las estrategias protección de la vida por parte de los jóvenes con proyectos comunitarios y culturales, que hicieron percibir a la ciudad con un mover ciudadano de inspiración regional, nacional e internacional, y también como un referente simbólico de construcción de un territorio de paz. (Reyes y Durán, 2020) con lo que se puede destacar la pujanza de su gente con diferentes

ideas y proyectos que hacen que el municipio merezca ser visibilizado y promocionado como destino turístico en el país para resaltar su identidad cultural.

2.3 Marco Conceptual

El turismo, además de planificación implica desarrollo para promover el crecimiento económico y la inversión en el algún lugar. Una definición clásica adoptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo es la siguiente: **Turismo** es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa, que formularon principalmente los profesores Krapf y Hunzinker.

De la misma manera, para (Monaco, 1955) plantea la etimología de la palabra turismo, que viene del vocablo inglés *Tour* que deriva al francés, y significa viaje o excursión circular que a su vez proviene del latín *Tornare*. Pues bien, el turismo es una estrategia que hace aprovechamiento del potencial de los territorios para ayudar a la sociedad a crecer y evolucionar culturalmente, para conocer la historia y descubrir una manera diferente de ver y vivir experiencias en el mundo.

A su vez, se entiende por **sostenibilidad** a la capacidad que tiene un sistema para generar "…cambios en busca de mejoras, calidad de vida, educación y salud, por lo que hace partícipe el desarrollo social y genera riqueza sin causar daños al medioambiente" (Garzón & Bellon, 2021, p. 5). Y la sostenibilidad, busca promover el desarrollo y crecimiento económico, del mismo modo, el mantenimiento y la protección de los recursos naturales y asumir la responsabilidad social que conlleva las acciones humanas.

Fue hasta el siglo XXI que se definieron los criterios para definir esta palabra y el 26 de agosto al 4 de septiembre de 2002, tuvo lugar en la ciudad sudafricana de Johannesburgo, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, donde el concepto de sostenibilidad se hizo toda una realidad y se divulgó por diferentes países.

Por último, es importante resaltar que la sostenibilidad implica varias perspectivas que se deben entender de manera contextual y por esto, se afirma que la sostenibilidad se conecta directamente con el desarrollo (Octtinger, 2022, p. 107) "Hablamos de un tipo de desarrollo que se puede mantener por sí mismo sin que se vean afectados los recursos del planeta" igualmente, se relaciona con el concepto de sustentable que como también lo expresa (Octtinger, 2022) "Consiste en un crecimiento regulado que contiene algunas medidas políticas y sociales para encaminar de manera eficiente los recursos del planeta tierra." (p. 107) Y este enfoque es clave dentro del turismo comunitario porque en el se hace conciencia ambiental para así lograr una transformación equilibrada de los entornos y sus territorios.

En general, el **territorio** se conoce y se relaciona con la geografía porque puede agrupar diversos aspectos tangibles e intangibles desde lo material – físico hasta lo social. Según (Ríos, 2020) "resulta esencial asumirlo como un fenómeno geo-socio-histórico de carácter multidimensional, articulación que se concreta por medio de la apropiación social del espacio y las formas de relación que, con él establecen los seres humanos" (p. 5).

Y, para (Benedetti, 2020) territorio es la extensión de la tierra que pertenece a un estado, provincia o división política, que incluye tierra, agua y espacio aéreo poseída por una persona física o jurídica sea una organización o estado. "Por su parte, los territorios modernos se conforman de una multiplicidad de ámbitos geográficos, cohesionados o configurados por alguna clase de frontera" y otros aspectos (p. 14). Con esto, se aclara que a nivel nacional se tiene la

idea de que el territorio hace parte de un estado y lo constituye ciertas características, como se enseña en las ciencias sociales.

Dentro del territorio existen y habitan las comunidades y estas conservan tradiciones y costumbres, que le dan una distinción al mismo. El concepto de **comunidad** proviene del latín communis, que significa hombres conviviendo juntos en un espacio, compartiendo algo, convivencia, comunicación, unidad. Por lo tanto, podemos en principio decir que es un sistema de relaciones sociales en un espacio definido, integrado en base a intereses y necesidades compartidas. (Kisnerman, s.f.)

Uno de los autores más relevantes es Max Weber, en donde quien propone otros términos para referirse a una comunidad como: unidad, solidaridad y fraternidad. Siendo en sí, una relación social, en la medida en que la actitud en la acción social inspira el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes para constituir un todo. (Weber, s.f.)

Por lo tanto, la comunidad integra el sentido de pertenecia y el bienestar común para construir una sociedad más justa.

> Es conocida por ser la base y el fundamento de lo que son las sociedades en su esencia. Esta existe desde el momento en que se nace y es el aporte moral e intelectual de los progenitores en un inicio y del entorno posteriormente (Anónimo, s.f.).

Sin embargo, su concepto termina siendo bastante amplio. Hoy en día la cultura es la bandera de un grupo de personas, un lugar, un territorio, una región o un país, pues en ella lleva todo lo que los identifica y los hace parte de cierta comunidad.

La palabra **cultura** proviene del vocablo latino cultus, a su vez derivado de colere, es decir, “cuidar del campo y del ganado”, lo que hoy en día llamamos cultivar. El pensador

romano Cicerón, lo empleó como cultura animi “Cultivar el espíritu” para referirse metafóricamente al trabajo de hacer florecer la sabiduría humana, y desde entonces se vinculó con esos aspectos. Situar la cultura en el núcleo del desarrollo constituye una inversión esencial en el porvenir del mundo y la condición del éxito de una globalización bien entendida que tome en consideración los principios de la diversidad cultural, es la principal función de la (UNESCO, s.f.)

Y de la misma forma, las comunidades son las que crean sus propias culturas en el camino de la construcción social. Y la Real Academia Española define la cultura como un “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (RAE, s.f.)

La cultura se relaciona y se complementa directamente con la peculiaridad de lo que sería la identificación de algo o alguien dentro de un contexto comunitario. Por lo anterior (Lambert, 2020) manifiesta que “Hay una profunda continuidad entre cultura e identidad porque la identidad no es más que la cultura (conjunto de significados interiorizados por el grupo y por la persona) en cuanto interiorizada y subjetivada por los grupos y las personas” (p. 504) Asimismo, queda en claro, que hay una relación de complemento entre cultura y la definición de la identidad en medio del desafío que esta lleva consigo, al estar presente este tópico en muchos aspectos sociales.

Para algunos investigadores como (Usanos, 2022) **la identidad** tiene un sentido ontológico, lógico y antropológico que posee unas cualidades específicas, una autenticidad a través del tiempo y muchos aspectos que se pueden generar en la individualidad o en lo colectivo. Dicha identidad claramente se incluye desde la connotación colectiva e individual y son las cualidades o características que marcan la esencia de algo o alguien, haciéndola distinta de las demás. Y desde

una perspectiva estratégica y comunicativa la identidad colectiva se convierte en un **potencial turístico** o una propuesta de valor y por esto (Reza et al, 2021, como se citó en Mikery y Pérez, 2014) mencionan en un sentido etimológico "el potencial como lo que alude a un agente de poder, por un lado, y a lo que existe en un territorio y la aptitud o vocación de un espacio turístico, se le considera la suma de recursos que posee" (p. 5) con características y valores atribuidos según el plan a emplear para definir dicho potencial turístico como un producto o servicio comercial. Y a su vez (Toselli, 2019) destaca que la evaluación y el diagnóstico de los recursos que tiene una comunidad desde una perspectiva turística puede facilitar el conocimiento de los bienes naturales y patrimoniales que se poseen para apropiarse de ellos, con sentido de pertenencia.

A la vez, ese producto o servicio de turismo va a generar aportes a una **economía local** con un criterio de oferta y demanda que se produce de manera endógena en el mismo territorio con la intervención y la apropiación individual o colectiva desde la comunidad, ya sea en el aspecto público o privado promoviendo la competitividad y "el amplio conocimiento de la condiciones locales, partiendo de la situación particular con la identificación de las necesidades, deficiencias, permiten el rediseño de programas acordes con las perspectivas de mejora de las condiciones económicas de la localidad" (Reátegui, 2023, p. 49) lo que trae grandes beneficios para el **desarrollo social** y económico con posibilidades de crecimiento en muchas de las esferas de las poblaciones. Y, "en un sentido amplio, la educación se considera el motor del desarrollo social, entendido como el bienestar general y ambiental de las personas, las comunidades y la sociedad" (Zambrano, et al., 2021, p. 19) y cuando se reconoce que hay progreso en el conocimiento educativo, con el paso del tiempo las regiones y sus comunidades evolucionan. Y se da con la voluntad de acción de diferentes agentes en la comunidad, el Estado, las instituciones públicas y privadas y el sector empresarial, quienes son los que en común acuerdo

aprovechan los potenciales que tiene un territorio ya sean, recursos naturales, recursos humanos, infraestructura, creatividad, innovación, etc. Para propender por el mejoramiento de la calidad de vida de todos los habitantes en el ámbito de la salud, la educación, la alimentación, el acceso al agua, la vivienda, la seguridad social, actividades de ocio, oportunidades de empleo, salarios dignos…ayudando así a superar las brechas de injusticia social, desigualdad y pobreza.

2.4 Marco Teórico

2.4.1 Turismo

"El turismo moderno asociado al litoral se cimenta en un enfoque de intervención territorial turística gestionada por una *cadena de valor estrecha y especializada*" (Rozo, 2024, p. 291, como se citó en Greg, 2017) La manera en cómo los elementos principales del turismo se componen y se interrelacionan permiten que se obtenga una mayor efectividad en lo que sería el enfoque y los propósitos del esquema del sector turístico como estrategia de desarrollo local, y como señalan en su texto Altamira y Muñoz (2007), que Mathieson, Wall, y Lea se refieren al sistema turístico como un sistema integrado por elementos interactuantes:

– Elemento dinámico, es el que desde lo teórico induce a la actividad, este es el motor del sistema, implica la demanda por parte de los individuos, el suplir de sus necesidades y deseos.

– Elemento estático, implica por su parte la oferta de actividades, servicios o productos en los contextos sociales donde se lleva a cabo.

– Elemento consecuencial, supone el impacto a corto o largo plazo que derivan de la puesta en marcha de la actividad turística. Oferta y demanda, pues, se convierten en las dos dimensiones

estructurales del sistema turístico, al igual que lo son del sistema de mercado en donde este se halla inscrito.

Por esta razón, se debe tener en cuenta la reciprocidad que estos elementos tienen en los diferentes contextos regionales, puesto que de ellos depende que estrategias diseñar para identificar los potenciales turísticos y a su vez, organizarlos y prepararlos como actividad económica desde la oferta y la demanda.

A su vez, desde la evolución que el turismo ha tenido, el campo de la sociología descubre el turismo como un fenómeno social que produce grandes cambios. Esto surge antes del siglo XVII y aunque los viajes no estaban relacionados directamente con la actividad turística, sino con intenciones de conquista de territorios e intercambios comerciales, estos movimientos de migración generan el hito de lo que hoy se conoce como turismo y la sociología comienza a hacer los primeros estudios después de la Segunda Guerra Mundial y en los años setenta surgen autores como Knebel, Cohen, MacCannell y Foster.

2.4.2 Sociología del Turismo

Muchos de los trabajos efectuados en el campo de la sociología del turismo abordan aspectos puntuales, relacionados con diferentes áreas temáticas: tipología de turistas, interacciones entre los turistas y sus anfitriones, impactos del turismo en la sociedad y su relación con las teorías de la alienación, inautenticidad de la vida real que se presenta a los turistas, etc., con frecuencia referidos a casos y situaciones que se dan en ciertos lugares y determinados grupos poblacionales, que no pueden ser representativos del comportamiento turístico de la sociedad como un todo (Acerenza, 2006). Además, con este planteamiento el

autor deja un punto de reflexión donde explica que los aportes para desarrollar una teoría científica desde la sociología del turismo aún son escasos.

Y de acuerdo con Álvarez, Mantecón y Puertas (2019):

> La sociología, concibe el turismo como una realidad compleja formada por procesos que se incrustan en estructuras sociales históricas. Es decir, distintas sociedades en distintos momentos generan diferentes sistemas turísticos. Y del mismo modo, el turismo acaba influyendo sobre los contextos en los que se inserta. El análisis de esta retroalimentación es el punto de partida de la investigación sociológica del turismo. (p. 165-170)

Y también, Espejo (2020) reseñando el libro de la *Sociología del Turismo* de los autores anteriormente mencionados plantea:

> El turismo como un fenómeno complejo que se relaciona de muy diversas maneras con campos fundamentales de la vida social, como las estructuras del poder, la seguridad pública, la tecnología, las relaciones económicas, los procesos de urbanización, el deporte o los cambios demográficos. (p. 1)

Sin embargo, la sociología ha generado grandes aclaraciones sobre el turismo como fenómeno social y sobre como los individuos de dicha sociedad planean invertir su tiempo libre en vivir experiencias de aprendizaje y placer como un motivo de plenitud en la humanidad.

2.4.3 Identidad Cultural

La identidad cultural de las comunidades, es una consecuencia del sentido de pertenencia de las mismas y permite que los individuos se apropien de cualidades auténticas, sus recursos

naturales y culturales para que ellos sean protagonistas en los planes de organización social y aprovechen la oportunidad de crear procesos de emprendimiento y de desarrollo sostenible para mejorar las condiciones de vida de los habitantes en sus poblaciones con las herramientas del turismo comunitario.

Y autores contemporáneos como Chica, Anchundia y Alcívar (2024) exponen que:

> Al hablar de identidad cultural se hace referencia al modus vivendi, a los valores y tradiciones que han sido creadas por el hombre a causa de creencias o modos de comportamientos, que con el paso del tiempo son heredades a través de las generaciones y terminan representando la identidad de un pueblo en la sociedad. La identidad cultural de un pueblo es un conjunto de tradiciones, creencias, ritos, leyendas, música, danza, artesanías, gastronomía y demás, que logran crear algo propio teniendo el poder de identificar a una cultura. (p. 2) Y estos aspectos, características o símbolos pueden hacer una figura de poder en los miembros de las comunidades dependiendo de cuál sea la filosofía o ideal de vida en su construcción como sociedad.

Y, asimismo, el antropólogo británico Anthony P. Cohen, uno de los principales teóricos, afirma en sus estudios de Belonging: the Experience of Culture (1982), con argumentos sólidos:

> El concepto de "conciencia cultural" para explicar el sentido diferencia de los individuos entre ellos mismos y hacia los ajenos a su comunidad. Dicho sentimiento de "distinción social" constituye la base de la "conciencia cultural" de los individuos y colectivos en los procesos de formación de identidades (Flores, 2005).

Y se puede definir también, que la identidad cultural hace una connotación de lo que es el sentido de pertenencia en los territorios, porque son todas las cualidades y características de

idiosincrasia en las personas que hacen una representación particular de sus componentes culturales y sus territorios.

2.4.4 Teoría de la Comunicación

Para exponer sobre la comunicación, es necesario resaltar las bases de los planteamientos teóricos del filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas, durante la década de los 90´s, donde argumenta que la comunicación representa una acción mediadora que organiza acciones en el tiempo y el espacio para lograr objetivos que apoyen y conserven la sociedad. De esta manera, en su teoría de la acción comunicativa plantea una racionalidad que sirve para la resolución de conflictos, pero no apoyándose en el autoritarismo o la fuerza tradicional, sino en soluciones por medio de argumentos que generan acuerdos. Así la racionalidad en acción comunicativa usa el lenguaje como medio para fomentar el entendimiento y una intención no dominadora dentro de la acción social. (p. 358–366) De hecho, como lo señala el autor la sociedad desde la racionalidad se puede observar desde dos perspectivas:

La racionalidad sustantiva del mundo de la vida como el punto de vista de cada sujeto que actúa dentro de la sociedad. Y en oposición, la racionalidad formal del sistema que trata de imponer o condicionar a los individuos con pensamientos y comportamientos a través de diversas tácticas y en especial a través de los medios de comunicación para el control de masas.

De la misma forma, se observa que la racionalización del mundo de la vida da una diferenciación entre los elementos que lo componen en cuanto a cultura, sociedad y personalidad.

Por otra parte, Ladino (2017) destaca en su libro que las teorías contemporáneas sobre la comunicación consideran una visión amplificada con el acceso a la información por la

globalización, la diversificación de los medios y la rapidez con la que se trasmiten los datos y también, por la interconexión digital en todas las zonas y regiones de los continentes, en tiempo real. Lo que sostiene, que existe una comunicación integrada a las nuevas tecnologías que permea las diferencias individuales y llega a la categorización del relacionamiento social siguiendo tendencias entre personas, medios, canales, estrategias, formas y modos de vida, haciendo de la comunicación un elemento fundamental y transversal eficiente. (p. 87-92)

Y en general, la comunicación cumple una función clave dentro de los procesos sociales, y el turismo no es la excepción porque en el, se realiza una interlocución entre emisores y receptores que tienen un propósito común en el intercambio de experiencias.

2.4.5 El Marketing

Siguiendo las estrategias de la comunicación desde la idea de transmitir un mensaje y persuadir estratégicamente para conectar con las emociones y las ideas de un público especifico o de la audiencia de masas; el marketing es una de las herramientas más eficaces dentro de la actividad turística como forma de economía. Asimismo, durante diferentes años, el autor Philip Kotler - Economista estadounidense, que es uno de los grandes pioneros y exponentes del marketing en el mundo, ha desarrollado múltiples teorías, estrategias y planteamientos para crear, ganar y dominar los mercados en cualquier contexto empresarial. Por consiguiente, en el año 2021, en una de sus recientes publicaciones literarias sobre marketing moderno en plena era digital, Kotler, junto a los expertos Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan han remarcado en el libro Marketing 5.0: Tecnología para la Humanidad, nuevas teorías que describen de manera detallada y práctica, cómo las inminentes transformaciones en los mercados, los negocios y la tecnología exigen nuevos retos para el sector empresarial en su misión por vender productos y servicios a sus nichos de mercado. Y a través, de la idea de tecnología para la humanidad, los

autores recomiendan diversas tácticas para utilizar la tecnología para satisfacer completamente las necesidades de los clientes y atraer otros clientes potenciales de manera eficiente. Teniendo presente toda la innovación y el avance digital - tecnológico, los cambios continuos en los modelos de negocio y los persistentes cambios en el comportamiento de los clientes. (Kotler, Kartajava y Setiawan, 2021)

Y de este modo, en la actualidad se puede apreciar la relación directa que el marketing tiene con el aprovechamiento y uso de las nuevas tecnologías para lograr efectividad en el acceso libre de la información y el conocimiento para los diferentes grupos sociales, con el panorama de un complemento entre lo que se conoce como redes sociales, empresas, clientes, sociedad y desarrollo económico local y regional al margen de un mundo globalizado con la innovación digital permanente, que va en la corriente de lo mediático, lo viral y en crear comunidades de seguidores para tener un alto índice de "engagement" o de alcance con fidelización y compromiso con las audiencias a través de contenido creativo y orgánico, en el mejor de los casos. Y para asegurarlo se implementan estrategias de pauta digital paga para que el algoritmo en cada plataforma o aplicación (software, para móvil o computadora) realice sus cálculos y reglas lógicas con los datos de los usuarios para hacer llegar de manera específica y personalizada a lo que busca o necesita el cliente en materia de productos o servicios tangibles o intangibles.

2.5 Marco Legal

Esta investigación incluye unas leyes y normativas que abordan con procedente y oportuna, los enfoques del Turismo en Colombia:

Constitución Política de Colombia - Artículo 52: El turismo, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Y se tiene como base principal de la actividad turística la:

Ley 300 de 1996: "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones" (p. 1). Que incluye los aspectos como la definición, la importancia, los principios, la conformación y la planeación de la industria turística. Y también, incluye la libertad de empresa, la protección al consumidor y las garantías que el Estado ofrece para proteger y otorgar prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas y recreacionales.

Decreto Número 1824 de 2001: "Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones" (p. 1). Que en desarrollo de los principios consagrados en el artículo 2° de la Ley 300 de 1996 y en especial los establecidos en los numerales 7 y 8, se hace necesario dictar unas disposiciones cuya finalidad es lograr que los operadores profesionales de congresos; ferias y convenciones presten los servicios ofrecidos a los usuarios dentro de los mejores niveles de calidad, así como establecer algunas normas que regulen la actividad de estos prestadores de servicios turísticos.

Por lo tanto, esta ley integra todas las funciones y responsabilidades que deben tener los operadores para cumplir con el objetivo de aprovechar estos espacios de socialización y participación para la creación de alianzas e intercambios estratégicos que aporten a la promoción, mejora e innovación de la industria turística.

Ley 2068 de 2020: "Por el cual se modifica la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones" (p. 1). Emitida por el Congreso de la República, que da a conocer cómo se debe

hacer la Implementación de medidas para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atracciones turísticas en Colombia. Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto fomentar la sostenibilidad implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector. Teniendo en cuenta que los prestadores de servicios turísticos pueden ser una empresa física o una plataforma virtual, estas normativas antes mencionadas tienen el propósito de promover el desarrollo social, económico y cultural, el desarrollo sostenible y la accesibilidad universal para garantizar la inclusión y la integración social en todo el territorio colombiano.

Además, la ley contempla y da autonomía a los gobiernos locales o regionales para declarar algunas zonas como atractivos turísticos, para que estos sean explotados de manera adecuada, teniendo en cuenta las políticas públicas que defienden el correcto uso de los potenciales sean naturales, culturales o patrimoniales. Y, por lo tanto, si el bien objeto de declaratoria es público, deberá contar con un programa y presupuesto de reconstrucción, restauración y conservación. La autoridad competente, en todo caso, podrá delegar en privados la administración y explotación de los bienes públicos que puedan ser declarados atractivo turístico (Urrutia, 2021).

Resolución 5797 de 2013: “Por la cual se adiciona un parágrafo al artículo 20 de la Resolución número 0650 de 2008” (p. 1). Que el Decreto número 210 de 2003, establece las funciones del Ministro de Comercio, Industria y Turismo, dentro de las que se encuentran la de formular las políticas para la regulación del mercado, la normalización, evaluación de la

conformidad, calidad, promoción de la competencia, protección del consumidor y propiedad industrial, así como la de formular y adoptar la política, los planes, programas y reglamentos de normalización.

Para medir la calidad de los productos o servicios turísticos la ley delega que determinan la categoría y dan aprobación a estos servicios o productos como auténticos. Sin olvidar la implementación de las medidas de bioseguridad, salud, permisos y seguros de riesgo. Y todo esto refuerza la estrategia Marca País Colombia para el fomento de la competitividad y el posicionamiento de una imagen positiva del país en el extranjero, desde temas de cultura, medio ambiente, exportación, turismo e inversión.

Artículo 28. Modificación del Artículo 71 de la Ley 300 de 1996. Modifíquese el artículo 71 de la Ley 300 de 1996, el cual quedará así: De las infracciones. Los prestadores de servicios turísticos podrán ser objeto de sanción cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas, sin perjuicio de las demás sanciones que procedan.

Algunos ejemplos de los tipos de infracciones pueden ser: presentar información falsa o adulterada, utilizar publicidad engañosa, incumplir los servicios ofrecidos a los turistas, operar sin el registro previo, y promocionar una oferta o servicio turístico en lugares que esté prohibido o que no cuente con los permisos requeridos. Y si los prestadores de servicios turísticos incurren en alguna de estas infracciones, el Gobierno podrá imponer sanciones administrativas.

Este aspecto es muy importante porque con ello se asegura, se establece y se proyecta el éxito de la actividad turística en la finalidad de mostrar la realidad de los lugares para generar confianza a la hora de visitarlos y que este satisfaga las expectativas de los turistas.

Artículo 3 de la Ley 1101 de 2006: son aportantes de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo, los siguientes: Los hoteles y centros vacacionales, Las viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, las agencias de viajes, oficinas de representaciones turísticas, empresas dedicada a la operación de actividades de aventura y deportes extremos, operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones; arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional, usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas; empresas comercializadoras de proyecto de tiempo compartido y multipropiedad, bares restaurantes turísticos; centros terapéuticos y balnearios, parques temáticos, concesionarios de aeropuertos y carreteras; empresas de transporte de pasajeros, centros de convenciones, empresas de seguros y de asistencia médica en viajes, sociedades portuarias, muelles turísticos y los establecimientos del comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros terrestre, aéreo y acuáticos.

Por otra parte, no se debe pasar por alto que hay una novedad en el alcance de la contribución parafiscal del turismo, la contribución de los prestadores de servicios turísticos tradicionales se mantiene, mientras que para los emprendedores que usan las nuevas tecnologías si hay un ajuste. Esto deja claro que los impuestos no serán cobrados a los usuarios que hagan uso de un servicio turístico. En este caso el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR será la única entidad encargada de recaudar esta contribución, que tiene en la actualidad a diferentes plataformas digitales de servicios turísticos como protagonistas.

Todos los recursos recaudados se destinan para la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de aumentar los índices de turismo en las regiones del país, lo cual quiere decir que estas contribuciones se invierten exclusivamente en los beneficios del mismo sector turístico.

Y, por último, es clave resaltar que las entidades encargadas del sector turístico son:

Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo, COTELCO (Asociación Hotelera de Colombia), Cámara Colombiana de Turismo, Corporación Nacional de Turismo (CNT), FONTUR (Fondo Nacional de Turismo), ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo), OMT (Organización Mundial del Turismo), Consejo Profesional de Guías de Turismo: expiden tarjetas profesionales a los guías turísticos, FONAM (Fondo Nacional Ambiental): Sistema de Parques Nacionales Naturales y del Ecoturismo, Dirección de Parques Nacionales Naturales de Colombia y los operadores turísticos, agencias o entidades de turismo que cuenten con la autorización reglamentaria, mediante el Registro Nacional de Turismo – RNT.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

3.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación, se realiza bajo un enfoque metodológico cualitativo, por ende este, permite que "la acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación" (Hernández-Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7) característica que para este estudio resulta importante, debido a que se pretende explorar en los hechos y las realidades de las diferentes poblaciones, para que se pueda plantear una propuesta que beneficie a las comunidades, a partir de la interpretación realizada.

De manera similar, "la investigación cualitativa, epistemológicamente, se ocupa de la construcción del conocimiento sobre la realidad social y cultural desde el punto de vista de quienes la producen y la viven" (Balcázar , González-Arratia, Gurrola, & Moysén, 2006, p. 7) aspecto importante, por cuanto para realizar esta investigación se busca que los habitantes del municipio de Aguachica, (Cesar) sean la fuente principal de información sobre las dinámicas del turismo en dicha región.

3.1.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación permite definir de qué manera se recogerán los datos y como se interpretan para la toma decisiones, y así se adopta para este estudio un diseño de investigación acción participativa, por ende, esta permite una participación más activa de las comunidades al considerarse estas como expertos de las necesidades de la población, de ahí que sus voces resulten esenciales para la solución de la problemática (Hernández-Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

3.1.3 Alcance de la investigación

El presente estudio se realiza bajo un alcance descriptivo, puesto que como lo define Hernández-Sampieri (2014) este "busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis" (p.92), de acuerdo a lo anterior, con la investigación se pretende diseñar una guía turística, lo que hace necesario reconocer las propiedades y características culturales del municipio objeto de estudio, para obtener un alcance óptimo y eficaz en la tesis planteada.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

Teniendo en cuenta que el objetivo propuesto para esta investigación es el de desarrollar una guía turística, es necesario reconocer de antemano los expertos, las características culturales, arquitectónicas, naturales y gastronómicas del lugar seleccionado. Por lo tanto, se toma como población de estudio a los expertos en turismo, historiadores, gestores culturales y la revisión documental sobre el municipio de Aguachica en el sur del departamento del Cesar, como principales objetos de análisis.

3.2.2 Muestra

Esta investigación se realiza bajo un enfoque cualitativo, lo cual permite determinar que la muestra es de carácter No Probabilística con un muestreo por conveniencia, y este admite seleccionar la muestra de acuerdo a los criterios establecidos por el investigador y que supongan una ventaja para la investigación (Hernández-Sampieri, 2014).

Ahora bien, la muestra la conformarán (siete entrevistados) gestores culturales, historiadores, los expertos en el patrimonio material e inmaterial, y los funcionarios de turismo de la administración municipal, entre los que están:

- Vicente Baños Galvis

  Docente, investigador e historiador - Licenciado en Ciencias Sociales.

- Blas Carlos Gallardo

  Gestor cultural y docente.
  Fundador del Centro Cultural Eladio Vargas y del Grupo Folclórico Buturama.

- Julián Vargas Saldaña

  Compositor musical y creador del Festival de Bandas Tradicionales.

- Lácides Alberto Contreras Valle
  Experto en gestión cultural, territorial y comunitaria.

- Rodolfo Rincón Páez

  Escritor, docente e investigador – Licenciado en Español y Literatura.

- Damaris Arrieta Arceo

  Docente y maestra de danzas - Gestora Cultural.

- Ignacio Suárez

  Experto en Turismo en el Cesar y Fundador de la Corporación Ecoturismo San Martín.

Porque ellos tienen el conocimiento necesario para la promoción de la identidad cultural del municipio de Aguachica.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

Entrevista: Se conoce como entrevista la creación de un diálogo interpersonal para la recolección de información basándose en datos dados por los entrevistados y en el deseo de conocer la claridad de un tema que está en tela de juicio. Según Sampieri (2006), las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas. Lo que se busca con la realización de dichas entrevistas es conocer y recabar información de primera mano, ya que permite eficiencia en la obtención de datos precisos y detallados de un caso en particular basándose en conocimientos que el entrevistado suministra desde su experiencia.

Las entrevistas van dirigidas a personas gestoras culturales y expertos funcionarios de turismo en la administración municipal porque ellos tienen el conocimiento necesario para la promoción de la identidad cultural del municipio de Aguachica. Dichas entrevistas serán encuentros de diálogo para el intercambio de experiencias y conocimientos en el área definida previamente para indagar. De la misma manera Taylor y Bogan (1986) afirman que la entrevista es un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

Dentro de la estructura de la misma encontraremos una primera parte que es la introducción para conocer los datos del entrevistado y exponer la razón de la entrevista. Una segunda parte, que es el desarrollo donde se realizan las preguntas formuladas por el entrevistador. Y una tercera parte que es la conclusión, donde se hace un breve resumen de la reunión y se puede dar una opinión u observación personal. La estructura de la Entrevista es la siguiente:

Datos generales:

- Descripción de la guía o finalidad
- Fecha, hora, lugar y ciudad
- Datos del entrevistador (nombre)
- Datos del entrevistado (nombre, edad, género y profesión)
- Introducción y descripción del proyecto

Sección para la descripción de la observación y la interpretación:

- Características de la entrevista
- Preguntas formuladas (Incluye 6 preguntas abiertas)

Se dispondrá para un apartado para los puntos claves de la investigación:

- Observaciones finales

Diario de campo: es una herramienta usada por investigadores de varias áreas para hacer anotaciones cuando ejecutan trabajos de campo. Es un ejemplo clásico de fuente primaria. Según Bonilla y Rodríguez (1997) el diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Estas observaciones normalmente se plasman en cuadernos de campo o blocks de notas en el que los investigadores escriben o dibujan. Esta herramienta de investigación es generalmente usada por naturalistas, biólogos, geólogos, geógrafos, paleontólogos, arqueólogos, antropólogos (etnógrafos), trabajadores sociales y sociólogos. Asimismo, este instrumento busca una mejor compresión de los fenómenos turísticos que ocurren dentro del municipio de Aguachica con tal de entender en mayor medida cuales son los lugares con mayor flujo de turistas dentro del municipio. Y también, esta acción de

observación consiste en realizar una visita presencial a los diferentes lugares emblemáticos del municipio como lo son: las reservas naturales, tiendas de artesanías, hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc. Con el fin de identificar cuáles son las características y el estado de los sitios y de aquellos productos y servicios turísticos de calidad que puedan satisfacer la demanda de turistas propios y foráneos. La estructura del Diario de Campo es la siguiente:

Datos generales:

- Concepto sobre el instrumento
- Información del investigador u observador
- Lugar, hora, fecha y ciudad donde se realizará la visita
- Ítem de la temática
- Sección para la descripción de la observación y la interpretación

Se dispondrá para un apartado para los puntos claves de la investigación:

- Conceptualización
- Notas adicionales

Revisión Documental: es una búsqueda de información y de datos concisos que se pueden analizar e interpretar cualitativamente, según el registro o la publicación que han realizado diferentes investigadores, con los que se promueve una construcción crítica y científica con fuentes impresas, digitales o audiovisuales mediante libros, revistas, artículos, sitios web, repositorio institucional, etc. Por lo cual, Uriarte (2020) sugiere que es necesario generar: un arqueo de fuentes, revisiones con descarte, cotejo, interpretación y conclusiones.

La revisión documental se desglosará estratégicamente en una tabla que contendrá los siguientes datos:

Datos generales:

- Concepto sobre el instrumento
- Información del investigador u observador
- Lugar, hora, fecha y ciudad donde se realizará la revisión
- Documento a revisar (libros, revistas, artículos, sitios web, repositorio institucional, etc.)

Ítems y contenido:

- Documento
- Sujeto
- Procesos
- Análisis documental

3.4 Análisis de información

El análisis de los resultados se realizará de manera puntual en el municipio de Aguachica y con la información se construirán categorías referentes a: festividades, gastronomía, lugares emblemáticos, naturales y principales actividades a realizar. Para definir la categorización o el tipo de turismo que se puede encontrar y ofertar, con las cuales se podrá crear con una herramienta de comunicación digital (brochure) de promoción de la Ruta Turística de Aguachica, donde se promueva la cultura y se da a conocer la identidad.

Categorías de Análisis de las Entrevistas semiestructuradas:

Basados en un diagnóstico de valoración de cualidades en una escala de 1 a 5 (donde 1 y 2 son los puntajes de menor valor, de 3 a 4 son los puntajes que permiten aprobación con condición de mejoramiento y el 5 es el puntaje mayor valor, que genera la completa aprobación de calidad) descritos de la siguiente manera:

1. Deficiente
2. Regular
3. Sobresaliente
4. Buena
5. Excelente

Para una conclusión de si la calidad es Óptima, requiere de Mejoramiento o es Deficiente, de acuerdo con la cantidad de recomendaciones de los expertos sobre un sitio turístico o una temática que pueda proporcionar una experiencia turística eficiente y auténtica, para así seleccionarlos como servicios y/o productos de turismo.

Tabla 1.

Concepto de las categorías de análisis de la información recopilada.

Categoría de análisis	Características	Conclusión
Relevancia histórica y cultural	Se seleccionarán los sitios y lugares emblemáticos que cuenten con cualidades históricas, tradicionales y culturales que representen o tengan un significado imprescindible de la identidad del municipio.	Serán los potenciales de alto valor turístico.
Estado y calidad del sitio	El estado en el que se encuentran las estructuras de los sitios (se ven atractivas visualmente, requiere embellecimiento, tiene condiciones de seguridad validadas y prevención de riegos) determinan la aprobación óptima como servicio y/o producto seleccionado.	Se debe tomar en cuenta el diagnóstico de valoración de las cualidades, anteriormente señalado.
Temáticas concisas y verídicas	Debe ser corroborada y afirmada con las opiniones de los expertos.	La triangulación de la información lo validará.
Definición del tipo de turismo	Se incluyen tipos de turismo como: A. Histórico, artístico y cultural B. Gastronómico C. Religioso D. Arquitectónico E. Ecoturismo (de naturaleza) F. Aventura H. Educativo	Se incluyen específicamente en la herramienta de comunicación digital.

3.4.1 Procedimiento de la investigación

Fase 1: Identificación y reconocimiento de los potenciales, los expertos en turismo y análisis bibliográfico:

Se realizará una revisión documental donde se pretende encontrar antecedentes de guías turísticas pertenecientes a Aguachica y así evaluar las posibles fortalezas y debilidades para potencializar el presente proyecto. Y seleccionarán expertos o personas conocedoras de la identidad cultural y el área de turismo para aplicar entrevistas y promover diarios de campo para reconocer las cualidades que tiene el territorio. En esta fase, se recopilará la información mediante material audiovisual con entrevistas virtuales – presenciales y con el diario de campo.

Fase 2: Análisis de la información: se estudiará la información recogida en el apartado anterior para definir las categorías, los temas y los elementos estructurales de la Ruta Turística.

Y de igual manera, se fortalecerá este diagnóstico con una triangulación de la información y de los datos para obtener una comprensión concisa y clara en la consecución de los objetivos.

Fase 3: Diseño de la Ruta Turística: Una vez que se haya analizado la información, se proseguirá a la creación y diseño con una herramienta de comunicación digital sobre turismo haciendo uso del material audiovisual (fotografía, videos y audios) que representan los productos y/o servicios turísticos que se pueden encontrar en el municipio de Aguachica.

Fase 4: Implementación: se promoverá la ruta turística a través de un brochure digital y también se le facilitará el acceso al contenido a las agencias de turismo, hoteles, restaurantes y gestores culturales. Y se publicará por las redes sociales y otros medios de comunicación con el

fin de aumentar los índices de promoción de la identidad y la riqueza cultural del municipio y así fortalecer la competitividad del sector turístico en Aguachica.

3.5 Cronograma de actividades

Tabla 2.

Cronograma de actividades para la realización del proyecto.

Objetivos específicos	Actividades	Mes 1				Mes 2			
		S1	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**
Caracterizar los potenciales y sitios turísticos del municipio de Aguachica.	Visitar los lugares emblemáticos del municipio.								
	Entrevistar a los expertos en turismo, gestores culturales e historiadores. Y también, realizar la revisión documental.	**X**	**X**	**X**					
Organizar las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística.	Realizar un diagnóstico sobre cómo se encuentran los sitios y definir su potencial.				**X**	**X**	**X**		
	Hacer un checklist de los productos y								

	servicios que se pueden promover con excelencia.		
Diseñar una herramienta de comunicación digital que promueva el turismo y la identidad cultural en el municipio de Aguachica.	Divulgar un brochure digital en las agencias de turismo, hoteles, restaurantes, espacios culturales y con los gestores. Publicar en redes sociales y en medios de comunicación.	**X**	**X**

Nota. La cantidad de semanas y actividades, son establecidas por el investigador.

Capítulo 4. Resultados

Para lograr los objetivos planteados, en primer lugar, se promovieron diversas visitas presenciales de reconocimiento en los potenciales y sitios turísticos más representativos del municipio, para así lograr un diagnóstico completo, claro y conciso para poder desarrollar la ruta turística que permita visibilizar la identidad de Aguachica, Cesar a través de una herramienta de comunicación digital, junto a todas las acciones y actividades que se describen de la siguiente manera:

4.1 Resultados del objetivo específico No 1

Caracterizar los potenciales y sitios turísticos del municipio de Aguachica.

Actividad 1: Visitar los lugares emblemáticos del municipio

La información obtenida para hacer el diagnóstico de la investigación se hizo en una primera parte, con la implementación del diario de campo con visitas planeadas a los sitios más emblemáticos del municipio para observar el estado, las cualidades de los lugares y así poder evaluar su calidad.

Tabla 3.

Categorías de análisis de los potenciales y sitios turísticos.

Sitios Turísticos	Categoría	Infraestructura	Aspecto legal o administrativo	Impacto social
Plaza principal o parque San Roque	Cultural	Arquitectura Urbana Moderna	Bien de interés público local.	*Está ubicado en el centro de la ciudad y en la calle 5 principal.

	*Celebración de las Fiestas Patronales. *Celebración de la fundación de Aguachica, el 16 de agosto de cada año. *Conserva el monumento de San Roque. *Encuentro de Poetas y Escritores de Aguachica: Aguachica Tiene la Palabra. Y está constituido por: la Parroquia principal San Roque y la Alcaldía Municipal. *Se encuentra instalado el Símbolo y la Placa Conmemorativa de la

	Consulta Popular por la Paz. *Celebración de uno de los eventos más importantes de la ciudad: el Festival Nacional de Bandas Tradicionales de Aguachica. *Rodeado por una amplia oferta gastronómica con diversos restaurantes. *Cerca a los barrios del origen del pueblo. *Zona del auge comercial de todo tipo. *Con acceso desde cualquier punto de la ciudad.

Símbolo y Placa Conmemorativa de la Consulta Popular por la Paz – Parque San Roque	Cultural	Urbano	Bien de interés local, regional y nacional.	*Es un monumento de la dignidad por el reconocimiento de las luchas sociales donde se visibiliza a Aguachica como un municipio modelo de paz en la región y el país. (Por el hecho histórico del 27 de agosto de 1995)
Parque Morrocoy	Cultural	Arquitectura Urbana Antigua	Patrimonio local público.	*Está ubicado en una calle principal y se puede acceder desde cualquier lugar de la ciudad. *Se encuentra el monumento del Morrocoy, como una insignia y muestra de orgullo local.

				*A su alrededor están las zonas de los bancos. *Tiene zonas de almacenes de tecnología. *Presencia de empresas hoteleras y de restaurantes. *Con emprendimientos locales de comidas rápidas y juguerías tradicionales.
Parroquia San Roque	Religioso	Estilo ecléctico o historicista tradicional.	Patrimonio local público – Cobertura Diócesis de Ocaña.	*Ubicada al lado de la Alcaldía municipal y se tiene acceso desde cualquier punto de la ciudad. *Un lugar para el encuentro de la comunidad con Fe y fraternidad.

				*Ceremonias religiosas y misas. *Conserva en su archivo el acta de los bautismos desde los primeros pobladores hasta un gran número de los actuales. *Cerca de cafeterías y restaurantes populares.
Centro Cultural Eladio Vargas	Histórico, Artístico y Cultural	Arquitectura doméstica tradicional.	Patrimonio histórico y bien de interés público con administración privada.	*Conocido como "El rinconcito morrocoyero" es una casa histórica y cultural que funciona como museo de fotografías antiguas de Aguachica, su gente, festividades y de algunos lugares. *Es la sede del Grupo Folclórico Buturama,

	quien ha representado en danzas tradicionales al municipio a nivel nacional e internacional. *Se fomentan eventos artísticos y culturales continuamente para el deleite de las personas. *Conservan un repertorio auténtico de danzas folclóricas autóctonas que representan la identidad aguachiquense. *Realizan uno de los eventos más importantes de la ciudad: el Encuentro

				Nacional de Danzas Folclóricas de Aguachica. *Cuenta con un espacio de artesanías locales. *Se puede llegar al espacio con servicio de taxi o motocolectivo.
Teatro Phersulogia	Artístico y Cultural	Arquitectura doméstica tradicional.	Bien de interés público, con administración privada.	*Es el único teatro oficial de la ciudad. *Pertenece a la Corporación Artística Phersulogia. *Tiene una programación y agenda permanente de actividades culturales, funciones de teatro, danza, circo, música, exposiciones

	plásticas, etc. (Generalmente los eventos son con entrada libre o aportes culturales) *Tiene un Centro de Formación en Artes Escénicas para niños, niñas, jóvenes y adultos. *Son ganadores de convocatorias con el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, del Instituto Colombiano de Antropología e Historia – ICANH, entre otros, para el beneficio de la comunidad. *Organizan uno de los eventos más

				importantes y de la ciudad: el Festival Internacional de Teatro – Laboratorio de Paz #FESTILAB.
Bosque del Agüil	Ecoturismo (Naturaleza)	Natural con construcciones tradicionales.	Patrimonio natural de interés público de carácter departamental.	*Se conoce como el pulmón verde del Cesar y cuenta con muchos nacederos o espejos de agua, flora y fauna endémica y también migratoria. *En el se encuentran los Lavaderos Comunitarios, que es un lugar patrimonio local, por la representación de la memoria histórica. Debido a que el bosque ha tenido suministros de agua para solventar las

				temporadas de sequía de la ciudad, las familias hacían lavados de ropa cotidiano en épocas anteriores y también se recurría al lugar para transportar agua hasta sus casas, para los quehaceres domésticos.
Mirador o Cerro de la Cruz	Religioso	Estilo ecléctico tradicional.	Bien de interés público regional y está en la jurisdicción del Bosque del Agüil.	*Misas Católicas y eventos religiosos. *Celebración del Día de la Santa Cruz, el 3 de mayo de cada año. *Festividades Culturales. *Ubicado a 3km, aproximadamente, desde la entrada principal del Bosque

				del Agüil hacia la parte norte. *Su acceso es por senderos ecológicos dentro del bosque o por la carretera Panamericana desde el Cerro de Los Chivos a 3.5km, aproximadamente, con acceso caminando, en carro o moto.
Monumento de la Virgen del Carmen	Religioso	Estilo ecléctico tradicional.	Patrimonio local y bien de interés social.	*Se celebra el Día de la Virgen del Carmen, el 16 de julio de cada año. *Se encuentra ubicado en la Plaza de Mercado Público de la ciudad.

Balneario Norean, Buturama y el Minuto	Aventura y Ecoturismo (Naturaleza)	Natural con construcciones tradicionales.	Bien de interés público.	*Lugares de compartir y celebración familiar y de amigos con sancochos de olla. *Lugares de balnearios públicos. *Ubicados desde el Terminal de La Cabaña a: Norean – 19km, aproximadamente. Buturama – 16km, aproximadamente. El Minuto – 2km, aproximadamente.
Ciénega Doña María o Ciénega de Patiño	Aventura y Ecoturismo (Naturaleza)	Natural	Patrimonio natural de interés público de carácter departamental.	*Es una laguna ribereña que se encuentra a 37 metros sobre el nivel del mar, cubre 13,6 kilómetros cuadrados, con 5,2

	km de norte a sur y 6,1 km de este a oeste. (Wikipedia, s.f.) *Paisajes naturales y atractivos. *Muelle turístico. *Actividades turísticas acuáticas en canoa motor. *Gastronomía local (platos con pecados, kekis y panochas artesanales) *Ubicada en el corregimiento de Puerto Patiño a 41km, aproximadamente, de Aguachica. Con acceso terrestre por la carretera Nacional y

				por transporte fluvial desde Gamarra.
Restaurante Doña Ángela	Gastronómico	Estilo doméstico tradicional	Emprendimiento privado	*Experiencia gastronómica típica aguachiquense con sabores ribereños y caribeños. *Visitado por locales, nacionales y extranjeros.
Auditorio Eduardo Bula Romero	Social y Cultural	Arquitectura urbana moderna	Bien de interés público regional de carácter privado. A cargo de la Cámara de Comercio de Aguachica.	*Programación de eventos sociales, ceremonias de grado escolares y académicas. *Tiene agenda artística y cultura en alianzas con organizaciones locales. *Se ejecuta la Galería Regional de Arte

				“IMPACTARTE", una iniciativa de la Institución Educativa Guillermo León Valencia que apoya el emprendimiento cultural y las artes en la región.
Cable Aéreo	Histórico y Cultural	Ingeniería de transporte	Bien de interés público regional.	*Una de las Estaciones de operación principal se encontraba, dónde queda actualmente la Institución Educativa Jorge Eliecer Gaitán. (Rincón, 2011) Aún se pueden apreciar estructuras o elementos únicos de la construcción.

	*En la parte occidente del municipio (entre Aguachica y el corregimiento de Cascajal hay vestigios de las estructuras o torres de la hidalga obra de ingeniería de transporte aéreo en la región). Distancia de 7km, aproximadamente. *Apreciar fotografías históricas del Cable Aéreo en el Centro Cultural Eladio Vargas. *Y en el Museo Antón García de Bonilla de Ocaña, se conserva un archivo

				histórico de los planos de obra y su construcción.
Patinódromo y Polideportivo	Cultural	Urbano moderno	Bien de interés público.	Este escenario fue inaugurado en el año 2015 y contiene: 1. La pista de patinaje, la pista de atletismo y las graderías para los espectadores. 2. La cancha de microfútbol y de baloncesto. 3. El campo de tenis y la pista de ciclismo o de running.

Nota. *Se destacan los sitios más reconocidos y que, además, cuentan con un estado óptimo para bridas experiencias turísticas, con algunas pequeñas excepciones.

Adicionalmente, se promovió un estudio de observación para determinar la afluencia de visitantes mujeres, hombres, jóvenes, niños y niñas en nueve lugares emblemáticos de Aguachica durante un periodo de una hora en cada sitio.

Figura 3.

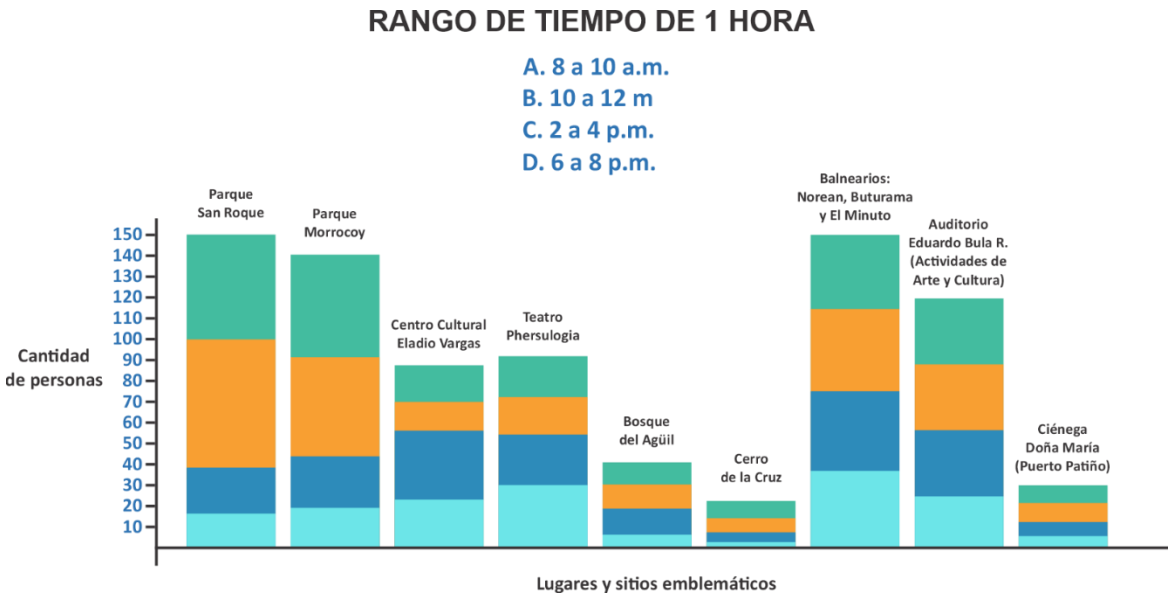
Representación gráfica del tipo de personas observadas.



Nota. Personas en desplazamientos presenciales en lugares emblemáticos de Aguachica.

Figura 4.

Descripción de cantidad de personas en desplazamientos.



Nota. Personas en desplazamientos presenciales en lugares emblemáticos de Aguachica.

Actividad 2: Entrevistar a los expertos en turismo, gestores culturales e historiadores.

En la continuación de la consecución del primer objetivo se promovió inicialmente la selección de los expertos en el tema y conocedores de la identidad cultural, la historia y el turismo en Aguachica, mediante la técnica de bola de nieve, seguidamente se gestionó con los expertos para confirmar sus tiempos de disponibilidad, la fecha , hora y lugar para la agenda del encuentro de la entrevista, con lo cual mediante un diálogo espontáneo hubo intercambio de experiencias y conocimientos en el área definida previamente para indagación.

A continuación, se muestra tabla con nombres de los participantes expertos y el rol que desempeñan en el municipio:

Tabla 4.
Lista de entrevistados.

NOMBRE	ROL Y PROFESIÓN
Vicente Baños Galvis	Docente, investigador e historiador - Licenciado en Ciencias Sociales.
Blas Carlos Gallardo	Gestor Cultural y docente. Fundador del Centro Cultural Eladio Vargas y del Grupo Folclórico Buturama.
Julián Vargas Saldaña	Compositor musical y creador del Festival de Bandas Tradicionales.
Lácides Alberto Contreras Valle	Experto en gestión Cultural, Territorial y Comunitaria
Rodolfo Rincón Páez	Escritor, docente e investigador – Licenciado en Español y Literatura
Damaris Arrieta Arceo	Docente de Danzas y Gestora Cultural
Ignacio Suárez	Experto en Turismo en el Cesar y Fundador de la Corporación Ecoturismo San Martín.

Nota. *Todos los expertos se sintieron identificados con el propósito del sentido de pertenencia por Aguachica desde la ruta de turismo promovida.

Aquí se puede acceder a los videos y audios de Entrevistas presenciales, virtuales y telefónicas. Enlace:

https://drive.google.com/drive/folders/13JsAAkeCOnJ2Bdfj9SBRvMo18alvS7p_?usp=sharing

En la ejecución de las entrevistas (presenciales, virtuales por Google Meet y telefónicas) con los expertos y gestores culturales seleccionados, se formularon seis preguntas puntuales para

que los participantes desde sus experiencias, saberes y profesiones facilitaran el reconocimiento de la identidad cultural del municipio, los lugares de alto valor turístico, el patrimonio cultural material e inmaterial, las estrategias pertinentes para la apropiación cultural y los beneficios que surgen, y además evaluar desde sus opiniones las acciones administrativas en pro del turismo local y otros aspectos vitales para tener claridad en la identificación de los potenciales turísticos de Aguachica, Cesar.

En primer lugar, se destaca que hay bajos índices de actividad turística en Aguachica, debido al desconocimiento de la población y de la administración local sobre la creación de emprendimientos que promuevan economías rentables turísticas (con guías turísticos, agencias de viajes, operadores turísticos, cooperativas de transporte turístico, plataformas digitales de turismo, etc.) y la poca disposición política desde los lideres de las administraciones públicas ha hecho que no haya proyectos del sector turismo dentro del Plan de Desarrollo Local. A pesar de que el municipio tiene una alta demanda de visitantes por el fenómeno permanente de movilización o migración de personas y viajeros desde el centro, el sur, el occidente y el centro del país ya sea en temporada baja o alta. Esto, debido a que Aguachica está ubicado estratégicamente en el nororiente colombiano en la transversal de la ruta Panamericana y la ruta del Sol que interconecta muchas regiones, ciudades y pueblos del país, e incluso cercanamente con naciones como Panamá y Ecuador, entre otros. (Blu Radio Nacional, 2024) Sin embargo, desde el gobierno departamental se han diseñado estrategias de promoción de turismo en el Cesar, pero Aguachica y sus alrededores no ha sido incluida.

En segundo, lugar se hallaron aspectos relevantes de la identidad cultural, el patrimonio material e inmaterial, los personajes reconocidos, la historia y las tradiciones del pueblo, ahora convertido en ciudad. Entre esos datos: están el origen de Aguachica como una pequeña aldea o

asentamiento con los primeros pobladores en épocas de la colonia donde era solo el establecimiento de un camino por el que pasaban desde la provincia de Ocaña, Norte de Santander para llegar al Puerto Real, más tarde conocido como Puerto Nacional ubicado geográficamente en el corregimiento de Puerto Viejo en Gamarra, punto crucial para el paso de comercio fluvial que llegaban al interior del país por el gran río Magdalena. (Baños, 2022)

A su vez, según el estudio, la investigación y la indagación que han hecho diferentes historiadores, gestores culturales y docentes universitarios del municipio en los documentos históricos del Archivo General de la Nación, en actas históricas de asuntos comerciales y de ventas y en cartas fidelinas de comunicaciones entre personas de los siglos anteriores durante y después de la colonia manifiestan que el origen de Aguachica está directamente conectado con la historia de la provincia de Ocaña y surge con la presencia de una dinastía familiar denominada los Antón García de Bonilla, y se cuenta desde la oralidad aguachiquense y también por los registros que reposan en la Academia de Historia de Ocaña que el cuarto Antón García de Bonilla era un encomendero de la corona Española y administraba una gran parte de las tierras de la cordillera oriental hasta las llanuras por donde pasa el gran Río Magdalena; y partiendo de este liderazgo de antaño, se promulga que la hacienda Villa de San Roque (de la cual era propietario dicho personaje) da inicios a la fundación no formal del pueblo de Aguachica y aunque no hay fechas de fundación exactas, sino solo unas aproximaciones proporcionadas por la academia con las cuáles se efectúa una posible fundación el 16 de agosto de 1748 y se promueve la constitución oficial como municipio de Aguachica en virtud de la ordenanza número 40 de 1914. (V. Baños, comunicación personal, 18 de enero de 2022)

De igual importancia el acontecimiento histórico del 27 de agosto del año de 1995 que ha posicionado a Aguachica, como un municipio modelo de paz, se generó por la promulgación y la

acción del pueblo al ser el primero en usar el mecanismo de participación ciudadana de la Consulta Popular como un acto determinante para rechazar la violencia que acechaba el territorio en su casco urbano y su zona rural; donde con valentía el alcalde de la época Luis Fernando Rincón López y varias personas de su gabinete administrativo, junto al Monseñor Leonel Pineda tuvieron la determinación de impulsar una Consulta Popular por la Paz y le hacían una preguntan sencilla pero muy profunda a los ciudadanos aguachiquenses: ¿Rechaza usted la violencia y está de acuerdo en convertir a Aguachica en un municipio modelo de paz? A lo que Aguachica respondió en las urnas con un Sí, rotundo. Y, de hecho, esta acción popular y heroica tuvo mucha trascendencia política y social en la región, en Colombia y hasta hizo eco en diferentes lugares del mundo. Y luego, llegaron muchas transformaciones positivas para la ciudad y su gente con la creación del colegio Técnico Industria Laureano Gómez Castro, se promovió el SENA, se gestionó la sede de la Universidad Popular del Cesar – Seccional Aguachica, llegó el carro de los bomberos, fomentaron emisoras radiales y se creó el barrio de la Ciudadela de la Paz como símbolo y recordatorio del hecho.

Además, la Consulta Popular por la Paz, tuvo como símbolo un ringlete tricolor (amarillo, azul y rojo) con la frase “Entre todos la paz” y este, parece un molino de viento con el significado de constante movimiento que avanza hacia la construcción de la paz en Aguachica con fe, esperanza, amor, equidad y dignidad social. Y el ringlete tricolor está plasmado en cerámicas También, se sembró una ceiba como conmemoración de los siguientes aniversarios y esta tiene una placa que rinde homenaje a las personas que participaron como pioneras, incluso algunas dieron su vida por la Consulta. A día de hoy, se ha creado un libro infantil llamado “Soplando Sueños” para contarle la historia a los más pequeños, se hacer talleres pedagógicos y artísticos para la paz y se sigue rememorando el acontecimiento cada nuevo aniversario, y que ya

va en su trigésima efeméride. Y lo siguen promoviendo, la Corporación Artística Phersulogia y la Corporación Aguachica Modelo de Paz. (L. A. Contreras, comunicación personal, 22 de febrero de 2025)

Figura 5.

Símbolo y eslogan de la Consulta Popular por la Paz, creado en el año 1995.



Desde décadas anteriores y en la actualidad, el territorio de Aguachica es un epicentro multicultural y un paso obligatorio de todos los que viajan del interior y del sur de Colombia, y por su auge comercial, las oportunidades laborales por la explotación petrolera, la extracción de gas; y los cultivos de pancoger o de algodón y de arroz, en menor cantidad ahora. Asimismo, por ser un centro de servicios ha albergado diferentes ciudadanos de otras regiones, con costumbres, tradiciones, ideales, creencias, léxicos y acentos colombianos que han generado un sincretismo cultural. Y, aunque, su influencia cultural es principalmente riana y caribeña, ha acogido culturas de Antioqueñas, Boyacenses, Tolimenses, Santandereanas, etc. (V. Baños, comunicación personal, 18 de enero de 2022)

Y, a su vez, se han permeado sabores o alimentos de otros lugares en la cocina tradicional y comercial, lo cual ha desarrollado una apropiación en la gastronomía montañera o campesina

con preparaciones o platos con sancocho de gallina – trifásico, viuda de pescado, caldos de pescado, arepa de maíz, bollos de mazorca, bollos de maduro, bollos de coco, bollos de yuca, patacones, suero, queso, legumbres, arroz, panes, fritos de empanadas o papas rellenas, hayacas, tamales y proteína animal con res, pescado: bagre, bocachico, coroncoro, mojarras, nicuros; pollo, chivo, cerdo o galápaga. Asimismo, hay bebidas tradicionales como el guarapo, el vino de palma, bolegancho (aperitivo) el jugo de corozo o uvita de lata, la chicha de arroz con piña y la limonada. También, los mismos habitantes en sus casas con patios de tierra grandes siembran y cosechan frutas como el mango, tamarindo, averrhoa carambola, guayaba ácida, papaya, guanábana, etc. De igual forma, en actividades de semana santa es tradición de cocina los dulces caseros y artesanales como: dulce de mango, dulce de conservas con papaya, dulce de arroz con leche, dulce de ñame, dulce de coco con piña, dulce de panelitas, dulce de papa, dulce de frijol, dulce de orejero y arifuque. Además, en la cotidianidad de la gente los helados y los bolis caseros para refrescarse en las altas temperaturas del clima, con diversos sabores como: galletas con bocadillo, esencia de kola y de coco, combinados con pasabocas, galletas o panes típicos: bocadillos de hoja, pan de queso, pan de bono, almojábanas, kekis, cucas, panochas, galletas yoyo, galletas punto rojo, churros, galletas lenguas con azúcar, etc. Y, por otra parte, los campesinos de la zona rural cultivan: café (con calidad de exportación) maíz, yuca, plátano, ñame, auyama, frijoles, aguacates, etc. Igualmente, se tienen dietas de comida urbana o de recetas extranjeras.

Y al mencionar una particularidad de los aguachiquenses, los expertos en lingüística y fonética, expresan que los habitantes se distinguen parcialmente por tener o usar un acento con influencias cachacas y costeñas con pronunciaciones de palabras claras, pero al mismo tiempo ligeramente “golpeadas”.

El territorio del municipio está posicionado en un lugar biodiverso, donde se destaca el Bosque del Agüil, que es un ecosistema de bosque seco tropical ubicado en la parte norte de Aguachica. A su vez, es un lugar en el que conviven diversas especies endémicas y otras migratorias, con una fauna de aves (pitanguas, peregrinas, colibríes o tortolitas); roedores (ardillas o lapas); mamíferos (murciélagos, monos, oso perezosos y conejos); anfibios (ranas o sapos) y reptiles (lagartijas, culebras, salamanquejas, iguanas, morrocoyes o tapaculos) entre otras especies. Y una inmensa variedad de flora con ceibas, caracolí, cedros, yarumos, cucharos, acacias, guamos, arbustos, trepadoras y palmas, etc. (Rangel, 2012)

Tiene reservas naturales con llanuras y montañas a sus alrededores y al oriente se encuentra una parte de la zona rural conectada con la Serranía del Perijá junto a la Cordillera Oriental, considerado uno de los escenarios naturales más bellos del Cesar y también, tiene una ciénega conocida como Doña María en el corregimiento de Puerto Patiño. Asimismo, el pueblo es rodeado por caños, espejos o nacederos de agua, y los ríos Magdalena y Lebrija. (UNAL, s.f.; CORPOCESAR, s.f.)

En tercer lugar, al hablar del patrimonio o las representaciones culturales, el gentilicio de las personas o habitantes de Aguachica es 'aguachiquenses' y coloquial o popularmente se los conoce como ´morrocoyeros´ porque su animal representativo es el quelonio tortuga morrocoy o tortugas patas rojas con pintas en el caparazón. Inclusive, hay un monumento en el Parque del Morrocoy alusivo al orgullo de ser morrocoyeros.

Figura 6.

Monumento del Morrocoy.



Nota. Ilustración sobre el parque del Morrocoy desarrollada con IA.

Además, la plaza principal o el parque San Roque, visibiliza la cultura religiosa entorno al patrono San Roque, quien fue un peregrino occitano llamado Roque que recorrió Italia y otras lugares de Europa y se dedicó a curar y atender a todos los enfermos de la peste y el cólera en las épocas del siglo XIV aproximadamente y se representa simbólicamente es estatuas o esculturas vestido de peregrino, herida en la pierna y acompañado de un perro o un ángel. (Wikipedia, s.f.) Por lo anterior, se celebran las fiestas patronales el 16 agosto de cada año, donde los feligreses, habitantes y turistas aprecian un evento cristiano católico de esperanza, fraternidad y fe. De igual manera, el 3 de mayo algunos habitantes festejan tradicionalmente subiendo al Mirador Turístico El Cerro de la Cruz como conmoración de la Santa Cruz con misas y procesiones. (Gallardo, 2022) Seguido de actos culturales con música local de bandas papayeras con fandangos, porros o danzas tradicionales autóctonas, representaciones artísticas de las cuales el profesor Blas Carlos

Gallardo, es promotor con su Grupo Folclórico Buturama y con el Centro Cultural Eladio Vargas y a lo cual, se ha unido la profesora y gestora cultural Damaris Arrieta Arceo, fundadora del Fundación Artística Talentos. Ellos han construido un legado artístico y cultural en bailes que resaltan las costumbres y las tradiciones locales, con sus grupos y escuelas de formación donde niños, niñas, adolescentes, jóvenes y persona de todas las edades disfrutan de espacios de sano esparcimiento y de convivencia pacífica con aprendizajes y conocimientos en danzas.

Y también, se promueven carnavales tradicionales en las semanas de febrero y los oriundos o visitantes han instaurado como identidad el compartir de un paseo de olla con el popular sancocho de gallina o los asados en fogón artesanal con leña los fines de semana para celebrar el compartir familiar o de amigos en los balnearios turísticos de Norean, Buturama y el Minuto, principalmente.

Por otra parte, el territorio es rico en tradición oral y hay un legado de identidad histórica que ha trascendido de generación en generación con acontecimientos reales, cuentos, leyendas, juegos típicos y representaciones del folclor local y regional ya sea por música, bailes o danzas que representan influencias rianas, caribeñas y africanas con cumbia, porros, fandangos, tambora, mapalé y vallenatos, etc.

En cuarto lugar, la música de bandas tradicionales o bandas papayeras ha creado una identidad especial con aires de folclor aguachiquenses inspirados en el sur del Cesar por diversas familias reconocidas como los Vargas Saldaña, quienes han fomentado una cultura musical inicialmente al ritmo de bombos, platillos, clarinete, trompeta o saxofón desde los años 1872 donde se constituyó la Banda 16 de agosto. Y un hito relevante en la representación de la identidad cultural es la composición musical del maestro Julián Antonio Vargas Saldaña quien escribió la canción ‘Fiesta en mi pueblo’ (que es el segundo himno de los aguachiquenses) y que

grabó por primera vez con su agrupación en los años 1980. Y en ella se mencionan a personajes conocidos de Aguachica, lugares emblemáticos, calles, tradiciones y la amabilidad de su gente involucradas en la cultura local y el folclor regional. La canción fue interpretada por el artista Rodolfo Aicardi, lo cual, promovió una visibilización internacional admirable en la cultura Latinoamericana. (J. A. Vargas, comunicación personal, 30 de abril de 2025)

Figura 7.

Archivo de fotografía histórica Banda 16 de Agosto.



Nota. Primeros miembros de la Banda 16 de Agosto. (Fotografía publicada en la página de la Alcaldía Municipal de Aguachica, s.f).

La Banda 16 de Agosto, es patrimonio cultural musical del municipio y resaltó por interpretar ritmos alegres con porros y fandango, especialmente. Y aunque no son ritmos propios, sí son impulsores en la región desde el año 1935, por el sentido de pertenencia de los artistas de la época. Por consiguiente, la identidad musical de la banda trascendió por diferentes años y generaciones, y en el presente se ha consolidado un Festival Nacional de Bandas Tradicionales donde agrupaciones de muchos lugares vistan Aguachica e interpretan muchos ritmos regionales

y colombianos, entre esos: cumbia, porro, fandango, bolero, pasillo, bambuco y merecumbé. (J. A. Vargas, comunicación personal, 30 de abril de 2025) De la misma forma, desde el año 2024 se ha fomentado un Museo Itinerante que brinda un homenaje a la emblemática Banda 16 de Agosto, ofreciendo a los espectadores la oportunidad de conocer la valiosa historia musical del municipio a través de fotografías, instrumentos musicales, objetos originales y vestuarios históricos, proyecto dirigido por la artista plástica, Estefany Castillo Vargas.

Y, en quinto lugar, recientemente se han promocionado hallazgos o vestigios arqueológicos muy importantes que conectan el origen de Aguachica y algunos territorios alrededor en la región surcesarense con pueblos ancestrales e indígenas. Se han descubierto piezas arqueológicas en cerámica, en metal o en madera talladas y decoradas de manera artesanal. Estas, han sido encontradas por los mismos habitantes del sector donde han surgido nuevos asentamientos urbanos (hacia el occidente y el oriente de la ciudad) otras veces con la creación de invasiones para nuevos barrios en esos lugares se han encontrado entierros arqueológicos y por ignorancia se han huaqueado para extraer objetos de valor; y también, por la excavación petrolera por parte de Ecopetrol o de gases, de carbón y de minerales por compañías Multinacionales en algunas zonas rurales de Aguachica, Puerto Mosquito, de San Martín y Gamarra se exhibieron terrenos con presencia arqueológica precolombina, principalmente de aspectos funerarios donde generalmente los hallazgos son de urnas fúnebres que se encuentran asociadas a cementerios comunales y presentan motivos antropomorfos. (P. F. Pérez, comunicación personal, 11 de febrero de 2023) Las piezas encontradas están hechas en técnica de alfarería con cerámica producto de la arcilla posiblemente extraída de los ríos, ciénaga, lagos o quebradas y estas, obras arqueológicas son una representación del tipo y la organización de las sociedades primitivas.

Por lo tanto, sin duda, hay una gran relevancia en estos vestigios o bienes culturales que conforman el patrimonio histórico de Aguachica y están dispuestos para que los habitantes, los historiadores, investigadores, gestores culturales, la institucionalidad y la academia generen escenarios de conservación y protección museológica con sentido de pertenencia o aprobación.

Figura 8.

Urnas fúnebres con tapas.



Nota. Pertenecientes a pueblos nativos de la zona de Aguachica. (Fotografía, Pablo Fernando Pérez de 2023).

Figura 9.

Urnas fúnebres con tapas.



Nota. Las dos piezas arqueológicas anteriores, corresponden a las halladas en el pozo de petróleo Mono Araña, zona en jurisdicción del municipio de Aguachica. (Fotografía, Pablo Fernando Pérez de 2023).

Y, de este modo el arqueólogo Pablo Fernando Pérez, expresó en el mes de febrero del año 2023 en una charla y conferencia en la ciudad de Aguachica que: El objetivo principal es crear consciencia sobre la importancia de los bienes que conforman el patrimonio arqueológico, no como obras de arte exótico sino como la memoria de un país que no debe ser retirado de sus

contextos originales. Los bienes culturales son un componente básico de la identidad de los pueblos que la constituyen. (P. F. Pérez, comunicación personal, 11 de febrero de 2023)

Todo lo anterior, está dirigido y promovido por la Asociación de Historiadores de Aguachica – ASHIA.

Y en sexto lugar, con la entrevista a Ignacio ´Nacho´ Suárez, un experto en turismo regional para tener como referencia una ruta turística de éxito, como lo es Ecoturismo San Martín, donde con el equipo de la Corporación Ecoturismo San Martín han desarrollado ideas y estrategias de economías alternativas con turismo local y comunitario donde tienen como énfasis la sostenibilidad y el cuidado ambiental. Y esto, ha tenido gran acogida gracias a las escuelas de formación en turismo fomentadas como plan de educación de públicos, lo que han generado la implementación e inclusión de una política pública de turismo en el plan de gobierno de la alcaldía.

Para los promotores de Ecoturismo San Martín no fue fácil la fase ejecución inicial, por el desconocimiento sobre el tema en la población, sin embargo, asumieron los retos de darle continuidad y de invertir tiempo, recursos humanos y financieros. Y actualmente, se han diseñado e implementado rutas de turismo que generan beneficios de desarrollo económico para la población, tales como: Turismo cultural y de tradición de San Martín, caminatas ecológicas en zonas y fincas de la Serranía del Perijá con avistamiento de aves (ornitología), senderismo por la ruta de la Guartinaja, senderismo por la ruta de la cascada del Cobre, senderismo por la ruta del Indio, ruta gastronómica en los corregimientos de Terraplén y Puerto Oculto y por último, el Festival Nacional de Paratrike como turismo de aventura local y regional. (I. Suárez, comunicación personal, 19 de mayo de 2025)

Finalmente, mediante las entrevistas a los expertos, se pudieron conocer todos los potenciales y la alta oferta turística que tiene Aguachica con varios tipos de turismo, entre los que se destacan: el cultural, religioso, artístico, histórico, de aventura, ecológico y gastronómico que se podrán incluir dentro de una oferta o paquetes de servicios y productos de calidad en el sector turístico. De igual manera, se evidenció que no existe en la ciudad una iniciativa de ruta turística específica por parte de la administración pública municipal o departamental y tampoco por empresas privadas que promocionen lo local y que les brinden a los turistas experiencias turísticas atractivas. Por consiguiente, no hay una plataforma, una entidad o un punto de información turística donde se recopile toda la información o los datos sobre los sitios emblemático, y tampoco se tienen herramientas estadísticas que permitan conocer la cantidad de personas o visitantes que están interesados en servicios de turismo con una perspectiva de ingreso o recepción municipal, departamental, nacional e internacional.

Por otra parte, las entrevistas visibilizaron que algunos sitios turísticos incluidos requieren de intervenciones en la mejora de la infraestructura, el acceso, el embellecimiento estético y en aspectos de seguridad para que puedan tener un estado óptimo al momento de promocionarlos como un servicio de turismo.

Actividad 2.1: Revisión documental.

Aunque no era un instrumento principal de recolección de información incluido en este estudio, se sugirió implementarlo dentro de las actividades como fortalecimiento de la investigación científica y se realizó una revisión documental de los libros que reposan en las bibliotecas municipales, en repositorios de universidades y diferentes sitios web, para obtener información con de datos históricos, académicos, culturales, características de los sitios turísticos

(ubicaciones y los beneficios) y además, planes o guías de turismo departamentales. A continuación, en la tabla se encuentra especificada la documentación revisada:

Tabla 5.
Revisión documental.

Documento	Sujeto	Procesos	Análisis documental
Aguachica, un recorrido histórico. (Libro)	Directores: Mayulei Rangel Garay, Aceneth Medina Monsalve y César Augusto Serrano. Centro Agroempresarial - SENA	Se muestran los aspectos de la historia de Aguachica, Cesar, sus personajes y sitios emblemáticos, los bienes del patrimonio cultural material e inmaterial. Y, asimismo, fotografías históricas, símbolos, monumentos, las artes, la arquitectura de los lugares, la identidad del municipio y también, las leyendas pertenecientes a la tradición oral.	Se puede observar organizadamente los elementos culturales que integran la identidad del pueblo convertido en la segunda ciudad y de sus habitantes. Y se afirma con certeza que Aguachica, sí tiene identidad propia para visibilizar, conocer y reconocer por parte de los oriundos con sentido de pertenencia. Y para que los foráneos la conozcan y se queden con aprendizajes del intercambio cultural vivido.
Actualización del Plan Sectorial de Turismo del departamento Cesar con Visión 2030.	Equipo de la Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación del Cesar (Periodo 2016 – 2019)	Se evidencia el plan institucional a nivel departamental como estrategia de promoción turística para beneficiar la sociedad y los diferentes sectores económicos involucrados.	El plan es muy detallado y eficiente con la zona o los municipios del norte y del centro del departamento, sin embargo, no integra todos los potenciales turísticos o recorridos culturales que tiene Aguachica en el sur del Cesar. Pero, sí destaca la reserva Natural del Bosque

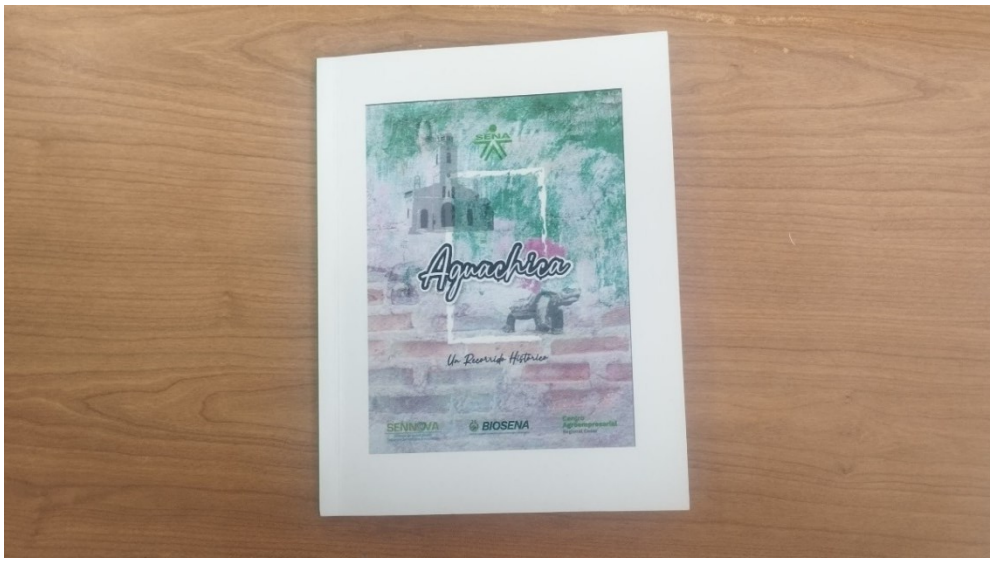
			del Agüil de manera superficial.
Municipio de Aguachica: El segundo municipio más poblado de Cesar.	Colombia Extraordinaria - Portal Web:	Presenta a Aguachica y a su cultura como una ciudad importante en el departamento del Cesar para visitar y conocerla haciendo recorridos turísticos.	Contiene un resumen de la historia, los planes turísticos por hacer, los lugares más emblemáticos y las características geográficas con ubicaciones, límites y su clima.
Guía Turística Autopista del Río Grande	Autopista del Río Grande – Portal Web	Expone turísticamente diferentes municipios cercanos al Río Magdalena, y promociona sus culturas.	Resalta de manera resumida una descripción de los municipios, los sitios turísticos y las festividades o celebraciones más populares. (Aguachica, está incluida como la quinta ciudad sobresaliente)
Primera Guía Turística y Audiovisual de Aguachica	Luis Francisco Martínez – Portal Binarismo Parlante	En un producto audiovisual promueve el turismo local de Aguachica.	Se visibilizan los lugares más importantes, los restaurantes, los hoteles, los planes de recreación para hacer en familia y con amigos. Y muestra datos curiosos, sobre la ubicación y la identidad de Aguachica.
Guía de Viajes Aguachica – Colombia de Colombiafrank	Frank Spitzer - Portal Web: Pelecanus.	Promociona de manera auténtica visitar Aguachica como un destino	En la página web se promocionan varios beneficios y aspectos de conocer la ciudad de Aguachica.

		turístico en Colombia.	Algunos son: Datos sobre Aguachica, lugares de interés, mejor época para visitar, eventos y celebraciones, planes nocturnos, comidas típicos, alojamientos y cómo llegar.
Plan Sectorial de Turismo del Departamento del Cesar "Cesar: Naturaleza, Música y Leyenda"	Gobernación del Cesar y Aviatur (2006 – 2010)	Es un informe que contiene los productos de generalidades del Departamento del Ces, el diagnóstico del estado del Sector Turístico en esos años, y también, la clasificación y jerarquización de los atractivos turísticos, los programas y proyectos propuestos por el equipo de trabajo para el desarrollo del turismo en los municipios del Departamento.	Da a conocer la asociación de hoteleros, restaurantes y prestadores de servicios turísticos que está liderando procesos interesantes con enfoques de turismo sostenible. Y en el momento, resaltaban dos ejes temáticos de turismo en Aguachica: El primero, un pueblo productivo – competitivo y el segundo, un ambiente sano y cultural.

Nota. *La tabla muestra los detalles de los libros, documentos y sitios web usados en la revisión documental.

Figura 10.

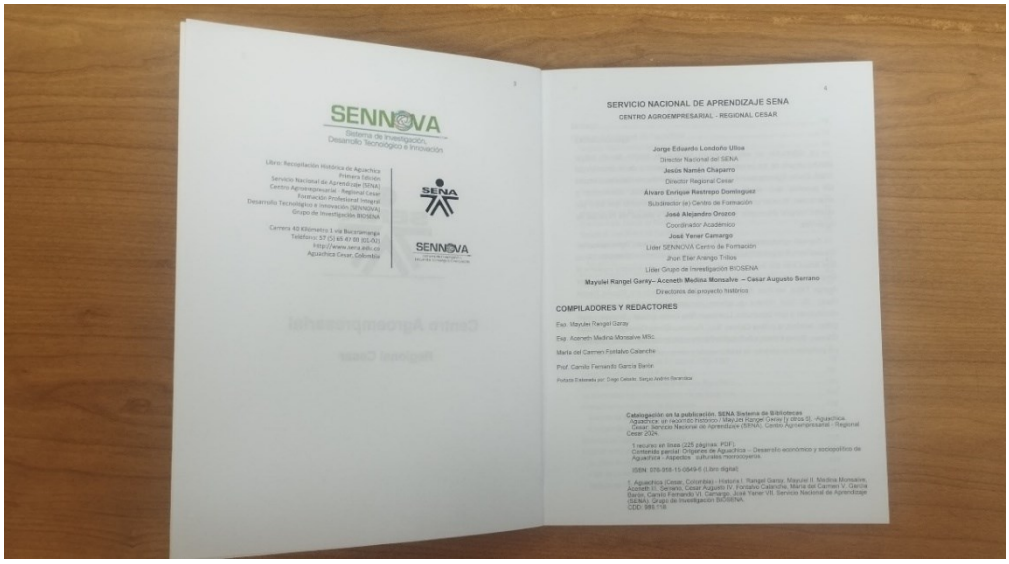
Libro de Aguachica, un recorrido histórico.



Nota. Fotografía uno de la portada del libro, y hace parte de las colecciones de la Biblioteca Pública – Programa Nacional de Centros de Convivencia Ciudadana.

Figura 11.

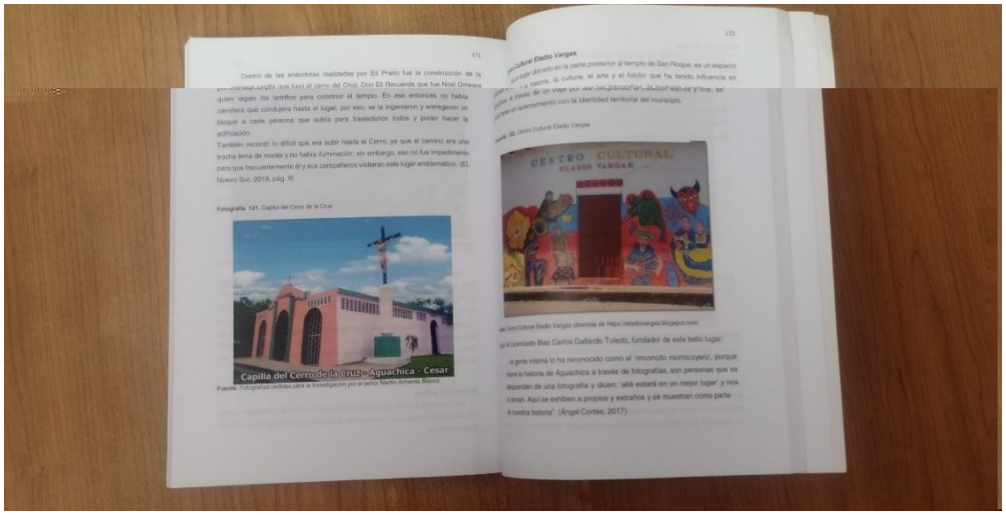
Créditos del libro de Aguachica, un recorrido histórico.



Nota. Fotografía dos de créditos del libro, y hace parte de las colecciones de la Biblioteca Pública – Programa Nacional de Centros de Convivencia Ciudadana.

Figura 12.

Interior del libro de Aguachica, un recorrido histórico.



Nota. Fotografía tres de contenido del libro, y hace parte de las colecciones de la Biblioteca Pública – Programa Nacional de Centros de Convivencia Ciudadana.

Figura 13.

Plan Sectorial de Turismo del departamento de Cesar con Visión 2030.



Nota. Incluye a Aguachica en el sur del Cesar, pero solo destaca el Bosque del Agüil.

4.2 Resultados del objetivo específico No 2

Organizar las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística.

Para darle cumplimiento al segundo objetivo, inicialmente se seleccionaron los sitios y lugares turísticos más emblemáticos, se les asignó una temática turística, se hizo un diagnóstico de su estado actual y se incluyeron los elementos que se promocionarán en la ruta turística en complemento con la información recopilada en los diarios de campo y en las entrevistas a los expertos:

Potenciales Turísticos destacados:

1. Históricos

- Historia del pueblo (Origen: territorio ancestral de los indígenas Buturama, la conexión con la provincia de Ocaña y el encomendero español Antón García de Bonilla)

- Tradiciones y costumbres

(La vara de premios o la cucaña y el desfile de la vaca loca)

- Acontecimientos

La Consulta Popular por la Paz y visita de Simón Bolívar El Libertador.

Figura 14.

Centro Cultural Eladio Vargas.



Nota. Para conocer la identidad cultural de Aguachica. Se denomina el "Rinconcito Morrocoyero".

Este escenario cultural e histórico ha sido fundado en la década de los 90´s (1992) por el maestro, artista, docente y gestor Blas Carlos Gallardo, junto a su esposa Julia Edith y su familia.

Figura 15.

Participantes de la Consulta Popular por la Paz.



Nota. Se observa al exalcalde Luis Fernando Rincón López pronunciando un discurso a la ciudadanía de Aguachica. (Archivo histórico, s.f).

Figura 16.

Ciudadanía en la Consulta Popular por la Paz.



Nota. Antigua tarima de la Plaza San Roque en las ilustraciones del libro infantil: Soplando Sueños, la historia de la Consulta contada para niños y niñas. (Fotografía de Phersulogia, 2015).

El libro infantil fue publicó su primera edición en el año 2015. Fue liderado y creado por la Corporación y el Centro Nacional de Memoria Histórica en el marco del proyecto "Un aporte para la paz", con el apoyo de la (USO) Unión Sindical Obrera– ECOPETROL, Corporación Aguachica Modelo de Paz (CAMP), por Monseñor Leonel Pineda y la dinamización regional del (PDPMM) Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.

2. Gastronómico

Preparaciones típicas (Sancocho de gallina criolla, arroz empedrado, jugo de corozo y guarapo)

Y restaurantes de tradicionales y exclusivos como: La Brasa, Casa Vieja o Andrés Parilla, Doña Ángela, Rustica Pizza Gourmet, Selvática, Saint, Brasa&Terraza, Súper Pollo, San Roque, El Establo, Pesebrera El Desquite, La Traviata, Carnívore Restaurant – Bar, Mi Ciudad Restaurant, Asadero El Rancho, Restaurante La Molienda, Restobar TAITA, Humos Parrilla Campestre, M&M Restaurante Gourmet, Patio Bonito, Hawai Gastro Bar, Parador Rojo, , Restaurante y Asadero de Yonnel, Pica Aquí, entre otros)

3. Aventuras

- Senderismo ecológico en el Bosque del Agüil
- Ciénaga Doña María en Puerto Patiño
- Caminatas guiadas Zonas campesinas y de montañas
- Quebrada Norean
-Quebrada Buturama
- Quebrada El Minuto
- Parque El Potosí

Figura 17.

Senderos del Bosque del Agüil.



Nota. Reserva natural de Aguachica, con un alto potencial como turismo ecológico. (Fotografía de Periódico El Nuevo Sur, 2021).

Figura 18.

Ciénaga Doña María o Ciénega de Patiño.



Nota. Reserva natural que surge del río Lebrija, ubicada en el corregimiento de Puerto Patiño, Aguachica. (Fotografía de Coordinador Nacional Agrario de Colombia, 2020).

3. Artístico

- Compañías de Danzas: grupo Folclórico Buturama, Fundación Artística Talentos, Corporación Artística y Cultural Constelación Afro, grupo de danzas Renacer Morrocoyero, grupo de Danzas Descendencia Afro y el grupo de danzas Tradicionales del IMDREC.

- Encuentro Nacional de Danzas Folclóricas de Aguachica.

- Grupos de Teatro:

Phersulogia Teatro y Atarraya grupo estable de teatro de la Universidad Popular del Cesar.

- Murales que embellecen las calles de los pueblos realizados por artistas plásticos y la ciudad.

Figura 19.

Grupo Folclórico Buturama.



Nota. Agrupación de danzas, que es Patrimonio Cultural y ha representado la identidad del folclor y la tradición Aguachiquense con 45 años de trayectoria artística. (Fotografía de Grupo Folclórico Buturama, 2025)

Figura 20.

Fundación Artística Talentos.



Nota. Una de las agrupaciones pioneras de las danzas tradicionales y folclóricas en Aguachica. (Fotografía de Fundación Artística Talentos, 2025)

Figura 21.

Corporación Artística y Cultural Costelación Afro.



Nota. Con procesos de academia en danzas permanente para todas las edades, y promueven montajes escénicos de talla nacional e internacional.

Constelación Afro, ha creado presentaciones de comparsas de fantasía y se ha posicionado como la mejor academia de Aguachica y la región cesarense, con múltiples premios en los primeros lugares de diversas competencias de danza a nivel local y nacional. Y se destacan, por interpretar corporalmente géneros como: el afrobeat, la champeta africana, danza contemporánea, danza consciente, jazz lírico, danza teatro, danzas folclóricas, etc.

Figura 22.

Grupo de Danzas Folclóricas Kitchue.



Nota. Tienen procesos de formación en danzas para niños, niñas, jóvenes y adultos. (Fotografía de Kitchue, 2025)

Figura 23.

Grupo de Danzas Folclóricas Kitchue.



Nota. Es una de las agrupaciones más nuevas del municipio y hacen representaciones en danza para participar en el Encuentro de Carnavales anual. (Fotografía de Phersulogia, 2023).

Figura 24.

Grupo Renacer Morrocoyero.



Nota. Escuela de formación que hace mucho énfasis en bridar espacios de sano esparcimiento con danza en los niños y las niñas. Es una agrupación que tiene corta trayectoria en el gremio. (Fotografía de Phersulogia, 2023)

Figura 25.

Sede del Teatro Phersulogia.



Nota. Agrupaciones nacionales e internacionales participantes del FESTILAB2022, promovido por la Corporación Artística Phersulogia.

4. Lugares Emblemáticos

- Plaza Principal San Roque

- Plaza de Mercado Público

- Parque Morrocoy (el Morrocoy es la animal insignia del municipio)

- Mirador del Cerro de la Cruz

- Mirador del Cerro de los Chivos

- Coliseo y Ciudadela de la Paz

- Patinódromo y Polideportivo

Figura 26.

Plaza principal o parque San Roque.



Nota. Es uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad y está ubicado al lado de la Alcaldía Municipal. (Fotografía de Hotel D´León, 2025).

Figura 27.

Parque del Morrocoy.



Nota. Se puede encontrar el monumento del Morrocoy, el animal representativo de los Aguachiquenses.

Está ubicado en el centro de la Ciudad al lado de la calle quinta principal y esta es una zona comercial muy importantes con presencia de entidades bancarias, hoteles, restaurantes, panaderías, almacenes de ropa y empresas de tecnología.

Figura 28.

Patinódromo y Polideportivo.



Nota. Es un espacio integral que facilita las prácticas y los entrenamientos deportivos profesionales y de alto rendimiento. (Fotografía de la Gobernación del Cesar, 2015).

5. Religiosos

Por su arquitectura atractiva:

Cerro de la Cruz, Iglesia San Roque, Iglesia María Auxiliadora, Iglesia del Espíritu Santo, Iglesia Nuestra Señora del Carmen, Iglesia Santa Teresita del Niño Jesús, Parroquia San Francisco de Asís y la Iglesia San Vicente de Paul.

Figura 29.

Mirador del Cerro de la Cruz.



Nota. Es un lugar de peregrinación. Y, además, es un espacio que permite disfrutar de la naturaleza y de una vista panorámica de la ciudad.

La fiesta de la Santa Cruz tiene más de 100 años de celebración en la ciudad, esta tradición se vive anualmente el 3 de mayo y visibiliza la cultura religiosa católica de algunos habitantes.

6. Festividades

Los eventos más importantes son:

- Fiestas Patronales San Roque
- Festival de Nacional de Bandas Tradicionales
- Festival Internacional de Teatro - Laboratorio de Paz
- Festival de Cometas en la Ciudadela de la Paz
- Galería Regional de Arte Impactarte
- Fiesta Virgen del Carmen
- Peregrinación de la Santa Cruz
- Encuentro de Carnavales

Interpretación de las categorías de análisis de las entrevistas con los expertos:

Se puede analizar a partir de la información recopilada que el Municipio de Aguachica tiene características multiculturales que hacen una diferenciación auténtica en comparación con los demás pueblos del departamento del Cesar y que estas pueden ser aprovechadas como productos y servicios turísticos.

Actividad 1: Realizar un diagnóstico sobre cómo se encuentran los sitios y definir su potencial.

Cualidades de la calificación del Estado de los potenciales:

1. Deficiente
2. Regular

3. Sobresaliente
4. Buena
5. Excelente

Para una conclusión de si la calidad es Óptima, requiere de Mejoramiento o es Deficiente.

Tabla 6.

Tipos de productos y/o servicios turísticos seleccionados.

Tipo de Turismo	Calidad					Observación
Histórico, artístico y cultural	**1**	**2**	**3**	**4**	**5** X **ÓPTIMA**	Las temáticas de la historia del pueblo, sus tradiciones, personajes, los sitios emblemáticos, las actividades y la agenda cultural y artística genera gran interés en el público. Y se comercializan artesanías de artistas locales.
Gastronómico	**1**	**2**	**3**	**4**	**5** X **ÓPTIMA**	Las comidas típicas, la sazón local y los restaurantes cuentan con particularidades que solo se ven en el municipio de Aguachica.
Religioso	**1**	**2**	**3**	**4**	**5** X **ÓPTIMA**	La herencia generacional religiosa ha dejado un legado de tradiciones, sitios y anécdotas en torno al tema de la espiritualidad que llama la atención de propios y foráneos que practican la fe o son feligreses.

Arquitectónico	**1 2 3 4 5** X **REGULAR**	Diferentes lugares y estructuras están en abandono, por lo tanto, su apariencia física no es atractiva. Sin embargo, los conceptos y los sucesos que han ocurrido con los sitios generan curiosidad para los visitantes.
Ecoturismo	**1 2 3 4 5** X **ÓPTIMA**	Se conservan zonas verdes, paisajes y montañas que pueden brindar experiencias de senderismo ecológico para conocer las reservas y tener conexión con la naturaleza. Principalmente, en el Bosque del Agüil.
Aventura	**1 2 3 4 5** X	Vivencias con las tradiciones riberas de la Ciénaga en Puerto Patiño con paseos en canoas

						y lanchas, adicionalmente hay actividades de caminatas guiadas por las zonas campesinas y las zonas montañosas de la parte alta del municipio.
					ÓPTIMA	
Educativo	**1**	**2**	**3**	**4**	**5** **X**	Se implementan campañas y visitas a instituciones educativas, organizaciones sociales, barrios, empresas públicas y privadas para promover la identidad cultural de Aguachica con estrategias pedagógicas, artísticas y comunitarias para lograr la apropiación y el sentido de pertenencia de los ciudadanos.
					ÓPTIMA	

Nota. Se plasmaron las conclusiones de calidad del tipo de turismo que hay en Aguachica, para ofrecer productos o servicios turísticos.

La organización de todos los potenciales turísticos permite implementar estratégicamente cinco Categorías de Turismo que son las que se promocionarán de manera comercial, para ofrecer servicios con experiencias turísticas para los habitantes de Aguachica y para los visitantes (turistas regionales, nacionales y extranjeros) con el propósito de que se promueva la formación de guías turísticos, que hayan puntos de información turística, la creación de operadores turísticos o agencias de viajes que ofrezcan los planes locales y también lograr el apoyo del Fondo Nacional de Turismo – FORTUR,

para así fortalecer y posicionar a Aguachica a nivel nacional e internacional con altos estándares de calidad de certificados, y que haya interés en las administraciones públicas para crear e invertir en un Plan de Desarrollo Turístico Municipal.

Actividad 2: Hacer un checklist de los productos y servicios que se pueden promover con excelencia.

Temas y componentes de la Ruta Turística de Aguachica:

Nombre: Turismo Chévere por Aguachica

Eslogan: Vive la experiencia en el corazón de Colombia.

Ruta 1: Turismo Cultural y Artístico:

- ✓ Identidad, historia, personajes, tradición y leyendas.
- ✓ Rincón Morrocoyero en el Centro Cultural Eladio Vargas
- ✓ Celebraciones y festividades: Fiestas Patronales, Festival Internacional de Teatro - Laboratorio de Paz, Festival Nacional de Bandas Tradicionales, Encuentro de Carnavales y el Encuentro Internacional de Poetas y Escritores "Aguachica Tiene La Palabra".
- ✓ Visitar el Teatro Phersulogia y disfrutar de funciones de artes escénicas con entrada libre o con aportes culturales.
- ✓ Arqueología de los pueblos ancestrales e indígenas.
- ✓ Museo Itinerante de la Banda 16 de Agosto.
- ✓ Descubriendo la Consulta Popular por la Paz.
- ✓ Recorridos por los lugares que tienen vestigios del Cable Aéreo.
- ✓ Recorrido por los sitios emblemáticos

- ✓ Visitas a las casas de los artesanos locales.
- ✓ Adquiere artesanías locales.
- ✓ Recorrido y degustación de comidas típicas, bebidas y dulces artesanales.
- ✓ Restaurantes y hoteles recomendado (hacer alianzas de patrocinios)

Ruta 2: Turismo de Aventura:

- ✓ Recorrido hasta la Ciénega de Doña María en el Puerto Patiño

  (Actividades de canotaje o de paseos en lanchas)

✓ Disfrutar de comida local

Ruta 3: Turismo Ecológico:

- ✓ Senderismo por el Bosque del Agüil
- ✓ Camping
- ✓ Avistamiento de aves, roedores, reptiles, anfibios e insectos (fauna en conservación y protección por Corpocesar)
- ✓ Caminatas guiadas hacia las zonas rurales campesinas y hacia los corregimientos.
- ✓ Caminatas hacia los balnearios y quebradas de Norean, Buturama y el Minuto.

  (Se disfruta de un sancocho de gallina y de actividades recreativas)

Ruta 4: Turismo Religioso:

- ✓ Celebración de las Fiestas Patronales con la Parroquia San Roque

  (Actividades de misas, agenda cultural local y bazares o bingos comunitarios)
- ✓ Peregrinación de hacia el Mirador del Cerro de la Cruz con la festividad de la Santa Cruz el 03 de mayo.
- ✓ Conmemoraciones de la Tradición de la Semana Santa (en todas las iglesias de la ciudad y la más grande es la de la Parroquia Principal San Roque)

- ✓ Fiesta de la Virgen del Carmen el 16 de julio

  (Eventos concentrados en la Plaza de Mercado Municipal y en las iglesias de la ciudad)

4.3 Resultados del objetivo específico No 3

Diseñar una herramienta de comunicación digital que promueva el turismo y la identidad cultural en el municipio de Aguachica.

La herramienta de comunicación digital seleccionada para la creación y promoción de la Ruta Turística fue un brochure diseñado en el programa Adobe Illustrator y Corel Draw, y en el se plasman visualmente los resultados conseguidos del complemento de todos lo objetivos logrados de la investigación usando la publicidad y el marketing como una estrategia de impacto.

El contenido fotográfico y audiovisual se promovió con el apoyo, el talento y el profesionalismo de artistas y realizadores audiovisuales del municipio que le apuestan a generar iniciativas que visibilicen la identidad cultural de los aguachiquenses.

A continuación, se encontrarán unas imágenes del proceso de creativo de diseño gráfico:

Figura 30.

Creación de la portada del brochure digital.



Nota. Se integró el color de la cultura y el carisma de las personas de la fotografía principal.

Figura 31.

Presentación de la historia de Aguachica.



Nota. Con deferencia, prudencia y rigurosidad se realizó un relato del origen del municipio.

Figura 32.

Turismo Cultural, Ruta 1.



Nota. Integración gráfica y creativa de la Ruta de Turismo histórico, artística y cultural; incluyendo los lugares emblemáticos y las comidas típicas. Y tiene un botón para ver un video promocional en línea sobre Aguachica.

Figura 33.

Turismo de Aventura, Ruta 2.



Nota. Integración gráfica y creativa de la ruta de Turismo de Aventura en la Ciénega de Puerto Patiño.

Figura 34.

Turismo Ecológico, Ruta 3.



Nota. Integración gráfica y creativa de la ruta de Turismo Ecológico en el Bosque del Agüil y en las zonas rurales o de montaña de Aguachica.

Figura 35.

Turismo Religioso, Ruta 4.



Nota. Integración gráfica y creativa de la ruta de Turismo Religioso con las festividades y los lugares de peregrinación local.

Figura 36.

Contraportada del brochure digital.



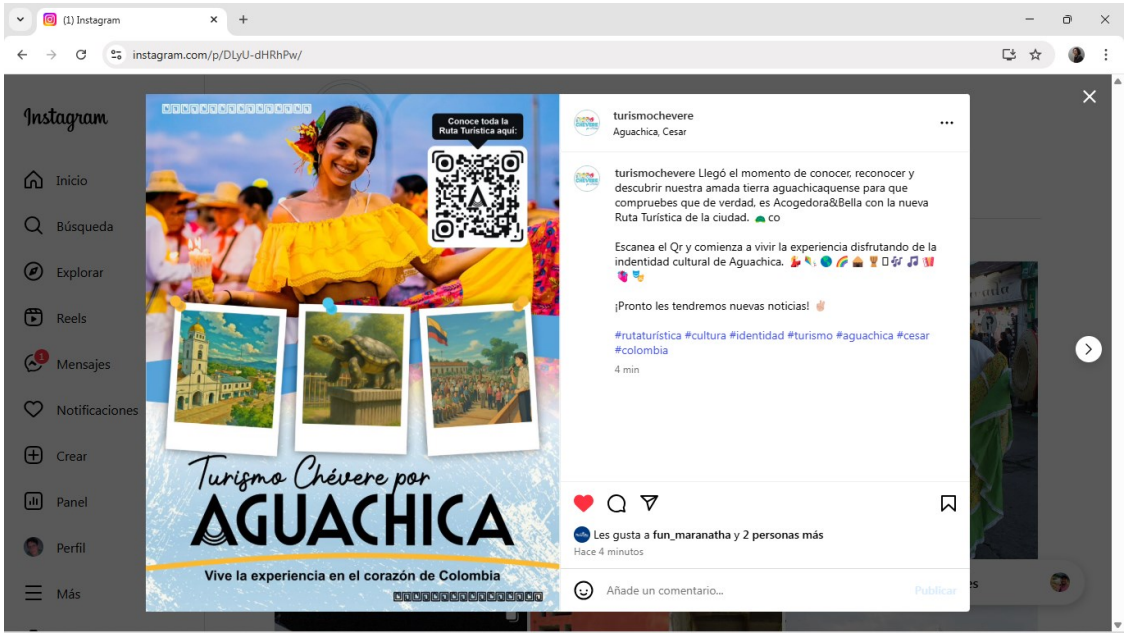
Nota. Incluye los créditos y agradecimientos especiales a los que apoyaron y participaron en la investigación. Además, contiene un QR para escanear y ver la ruta en línea.

4.3.1 Resultados del objetivo específico No 3

Actividad 1 y 2: Difusión y divulgación del brochure digital sobre la Ruta Turística de Aguachica por las plataformas de comunicaciones y redes sociales.

Figura 37.

Publicación y difusión en las redes sociales.



Se hicieron publicaciones en redes sociales de organizaciones artísticas y culturales locales y regionales para visibilizar los resultados obtenidos y observar el impacto de la iniciativa.

Capítulo 5. Conclusiones

Los resultados de esta investigación en la primera fase del objetivo del reconocimiento de los potenciales turísticos del municipio de Aguachica, Cesar han sido efectivos debido a que se logra obtener información relevante de la identidad cultural de la ciudad en materia de historia, tradiciones, arte, gastronomía, reservas naturales, sitios emblemáticos, etc., que sirvieron para darle claridad y organización a la distinción de la cultura aguachiquense en comparación con la de los pueblos alrededor y a su vez, son un insumo para consolidar productos y servicios que se pueden ofrecer experiencias turísticas a propios y visitantes.

Por otro lado, se analizó que la ausencia de sentido de pertenencia de sus habitantes, las estrategias nulas en el sistema educativo para trasmitir el conocimiento sobre la historia y la cultura a las nuevas generaciones y la falta de voluntad política de las administraciones públicas es lo que ocasiona los bajos índices del turismo en Aguachica. Porque los habitantes oriundos y foráneos solo reconocen el municipio como un lugar de paso (para pernoctar o descansar) y no como un lugar de relevancia que pueda ofrecer experiencias y actividades para el ocio a los turistas. Sin embargo, hay agentes de cambio como historiadores, gestores culturales, docentes, investigadores, líderes en turismo, artistas y personas del común que día a día le apuestan al proceso de apropiación del territorio como alternativa de reconstrucción social desde la actividad turística, ya que es un sector que hace un gran aporte al desarrollo local y moviliza personas para el intercambio cultural y comercial. Finalmente, al evidenciar que los potenciales turísticos descubiertos y organizados con los objetivos de esta investigación se han convertido en rutas de turismo histórico o cultural, turismo de aventura, turismo ecológico y turismo religioso que se pueden aprovechar como una estrategia de posicionamiento local, regional, nacional e internacional con los aportes de la alcaldía de Aguachica y la gobernación del Cesar para generar

alianzas con FONTUR (el Fondo Nacional de Turismo de Colombia) y así, crear oportunidades para las personas, la comunidad y las entidades que deseen liderar emprendimientos o planes de acción en la competitividad turística municipal.

Capítulo 6. Recomendaciones

Es necesario que el área de cultura de la Administración Municipal y la Universidad Popular del Cesar - Seccional Aguachica, realicen mesas de trabajo en equipo con los historiadores, académicos, investigadores, sabedores, gestores culturales, artistas, agentes turísticos, los líderes y las lideresas de la ciudad con el propósito de generar un proceso formal e institucional para organizar la identidad cultural del municipio y convertir estas acciones en un aprovechamiento de los potenciales turísticos que tienen con estrategias comunicativas y educativas, el fomento de formaciones, capacitaciones y emprendimientos de la actividad turística para la comunidad. A su vez, se propone instaurar una entidad pública, ya sea un instituto o una secretaría de turismo en la administración local, lo que sería una estrategia del fortaleciendo de la Ruta Turística de Aguachica creada e implementada en esta investigación.

Por lo tanto, la Ruta Turística de Aguachica se convertiría en una herramienta innovadora de comunicación para el desarrollo y el cambio social con miras a expandirse al resto de la región con la intervención de las comunidades, la academia, las organizaciones privadas y la disposición política de los gobernantes para que realicen gestiones de proyectos y capital financiero en las instancias nacionales para que ayuden a reparar, cuidar y mantener los sitios turísticos en estados de óptimas condiciones para brindar experiencias turísticas continuamente.

Igualmente, se recomienda la realización de una plataforma web sobre la Ruta Turística de Aguachica para que las personas tengan acceso a información de interés, realista y verídica sobre los programas o planes de turismo del municipio para incentivar el conocimiento y el sentido de pertenencia por la identidad local. Por último, se sugiere que el brochure digital de la ruta sea difundido por más plataformas o medios de comunicación con el fin de promocionar y visibilizar a gran escala en diferentes contextos sociales al municipio de Aguachica.

Referencias

Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. México D.F. Trillas.

Altamira, R.V. & Muñoz, X.V. (2007). Artículo *El turismo como motor de crecimiento económico*. Obtenido de: Dialnethttps://dialnet.unirioja.es

Altés, C. (Julio de 2006). *El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID*. Inter-American development Bank. Obtenido de: https://lc.cx/_72D69

Álvarez, Mantecón y Puertas (2019) *Sociología del Turismo*. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). España.

Alvear, J. S. (2005) *Manual del Río Magdalena - Corporación Autónoma Regional del Río Grande de la Magdalena*. CORMAGDALENA.

Amaya, J. A. (2015). *El valle de Tenza como destino de turismo de naturaleza en Boyacá,*

Baños, V. G. (Junio de 2022). Comparte lo que Somos [Turismo Chévere por el Cesar]. Producción del Colectivo Artístico Terracota.

Benedetti, A. (2020) *Cuatro conceptos de frontera de gran extensión terrestre, claves en la construcción del pensamiento geográfico de la Argentina,* Revista TEFROS, Vol. 18, N° 2, artículos originales, julio-diciembre 2020: 12-46.

Blanco, J. A. (2015). *El valle de Tenza como destino de turismo de naturaleza en Boyacá, validación desde la metodología de Procolombia.* Repositorio de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Obtenido de: https://lc.cx/8nloKY

Blu Radio Nacional (Septiembre de 2024). *Esta es la carretera más larga del mundo: pasa Colombia, pero peligrosa selva la bloquea.* Obtenido de: https://www.bluradio.com/turismo/via-panamericana-carretera-mas-larga-mundo-pasa-colombia-rs15

Carasila, M. C. (Julio - Diciembre de 2006). *Redalyc.org - Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia.* Obtenido de: Universidad Católica Boliviana San Pablo. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf

Cardozo, N. C. (Junio de 2015). TDX - T*urismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. caso Montes de María*. Tesis Doctorals en Xarxa. Obtenido de: https://lc.cx/TCN0cZ

Carme, M. (2024). *Thomas Cook y el boom del turismo de masas en Egipto.* Obtenido de: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/thomas-cook-y-boom-turismo-egipto_16183

Caro, D. (Agosto de 2024). *29 años de la consulta popular para la paz en Aguachica*. El Pilón. Obtenido de: https://elpilon.com.co/29-anos-de-la-consulta-popular-para-la-paz-en-aguachica/

Chica, Anchundia y Alcívar (2024). *Identidad cultural y expresiones en el desarrollo del turismo de Pedernales, Manabí.* Revista Digital Textos y Contextos - Facultad de Comunicación Social Universidad Central del Ecuador. Obtenido de: https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/5825/7184

Cohen, Anthony, P. (1985) *The symbolic construction of community*. Chichester, Ellis Horwood/

Díaz, M. M. (Febrero de 2014). *Aguachica: Centro Agroindustrial del Cesar.* Repositorio Banco de la República de Colombia. Obtenido de: Trabajo de Grado https://lc.cx/8hxXuD

Doria, R. B. (Febrero de 2016). *El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá*. SciELO Colombia - Scientific Electronic Library Online. Obtenido de: http://www.scielo.org.co/pdf/hall/v13n26/v13n26a09.pdf

Espejo, C. (2020). *Reseña del libro Sociología del turismo. Dimensiones Turísticas*, 4(6), 165-170. https://doi.org/10.47557/FEMI4377

Flores, I. (2005). *Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica.* Repositorio Institucional Universidad Veracruzana. Obtenido de: https://lc.cx/ftjsvN

Fontur. (2018). *Normas y Decretos sobre el Turismo en Colombia.* Fondo Nacional del Turismo en Colombia. Obtenido de: https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/DECRETO%201824%20DE%202001.pdf

Gallardo, B. C. (2017). *Un rincón para las memorias que cuentan al municipio de Aguachica.* Reportaje especial. Obtenido de: https://www.radionacional.co/cultura/un-rincon-para-las-memorias-que-cuentan-al-municipio-de-aguachica

Gallardo, B. C. (Junio de 2022). Comparte lo que Somos [Turismo Chévere por el Cesar]. Producción del Colectivo Artístico Terracota.

García, David, Lancheros y Otálvaro (Octubre de 1968). *Programas para el Desarrollo Agropecuario en el Departamento del Cesar (1968-1971).* Obtenido de: Repositorio

Biblioteca Digital Agropecuaria de Colombia: https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/20829/79922_3275.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garzón y Bellon (Agosto de 2021). *Desde la sostenibilidad hasta el desarrollo sustentable: Una radiografía de la evolución del concepto.* Obtenido de artículo de: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanas.

Gaviria Ríos, M. A. (2020). *Territorialidades en la ciudad-región Eje Cafetero, Colombia. Territorios.* Obtenido de sitio web: https://www.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.7012

Gobernación del Cesar. (Diciembre de 2016). *Guía Turística Cesar Colombia.* Obtenido de sitio web: https://www.calameo.com/read/00503693830372a886aad

Gobernación del Cesar. (s.f.). *Turismo estratégico en el Departamento del Cesar.* Gobernación del Cesar. Obtenido de: https://cesar.gov.co/d/index.php/es/mainmeneldpto/mendeppre

González, J. A. (17 de 08 de 2012). El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa, Cundinamarca. Repositorio Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de: https://lc.cx/40xG_4

Guterres, A. (25 de Agosto de 2020). *La reconstrucción del sector turístico es un imperativo.* Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. Obtenido de: Naciones Unidas: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/2020/10/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* - Sexta Edición. Ciudad de Mexico: McGRAW-HILL Interamericanas Editores S.A.

Hunziker, Walter y Krapf, Kurt (1942, p.4) *Turismo Religioso Fuente de Ingresos de Turistas*

James Midgley (1995) *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*, Londres. Artículo de Sage: https://lc.cx/I_nlbg

Jaramillo, J. M. (2009) *Soberanía colombiana en el Archipiélago de San Andrés y Providencia.* OPTIGRAF.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., & González Godino, C. (2021). *Marketing 5.0* (Primera edición: septiembre de 2021.). LID.

Kotler, Philip y Keller, Kevin (1967) *Libro Dirección de Marketing.* Decimocuarta edición de la Editorial Pearson Educación, México, 2012.

Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Fondo editorial Areandino - Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá D.C. Obtenido de: https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf

Lambert, C. H. (2020). *Historia y cultura popular a la luz de las representaciones sociales.* Obtenido de Revista Cultura y Representaciones Sociales - SciELO: https://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v15n29/2007-8110-crs-15-29-491.pdf

Martínez, L. [Binarismo Parlante] (2017, 26 de Julio). *¿Qué sitios visitar en Aguachica? Primera Guía Turística y Audiovisual* [Archivo de video]. YouTube. https://youtu.be/KbKE3X53FA8?si=jA3wogZgVoNowfeZ

Mayans, C. (20 de Enero de 2021). *Thomas Cook y el boom del turismo en Egipto.* Obtenido de National Geographic: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/thomas-cook-y-boom-turismo-egipto_16183

Meneses, P.J. (Diciembre de 2014). *Sitios turísticos de Aguachica. Obtenido de: https://sitiosturisticosdeaguachica.blogspot.com/*

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2024). *Ingreso de divisas por turismo en Colombia registró cifra récord y creció 22,4 %. Obtenido de: https://lc.cx/wqQ0iT*

Monsalve, N. E. (Septiembre de 2018). *La hora del turismo en Colombia, ¿qué falta?*. Obtenido de: https://unperiodico.unal.edu.co/pages/detail/la-hora-del-turismo-en-colombia-que-falta/

Morgado, H. F. (Julio de 2006). *Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo Indígena.* Revista de Antropología Iberoamericana. Obtenido de: http://www.aibr.org/antropologia/01v02/articulos/010202.pdf

Nacionales y Extranjeros en la Ciudad de Guayaquil. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de: https://www.eumed.net/rev/cccss/2016/01/religion.html

Octtinger (2022). *¿Desarrollo sustentable o sostenible?: he allí la cuestión.* Obtenido de Repositorio Universidad Nacional de La Plata: http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/136077

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, l. C. (2020). *Museums around the world in the face of COVID-19.* France: UNESCO. Obtenido de: https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432

Organización de Naciones Unidas - ONU. (25 de Agosto de 2020). *El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta.* Obtenido de: https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432

Organización de Naciones Unidas. ONU (Diciembre de 2018). *Declaración de los derechos humanos en la Revolución Francesa. Artículo 24: derecho al descanso y al tiempo libre.* Obtenido de: https://news.un.org/es/story/2018/12/1447471B

Organización Mundial del Turismo – OMT (2008). *Definición del Turismo.* Obtenido de: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización Mundial del Turismo – OMT (2024). El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia. Obtenido de Artículo: https://lc.cx/TA8R40

Pérez, P. F. (2023, 11 de Febrero). La Arqueología, una ventana hacia el pasado. *Charla sobre hallazgos Arqueológicos en Aguachica.* Cesar, Colombia. https://docs.google.com/presentation/d/1IK6WvyTK_KImY1HGDqkDJlNeMi3Fj75f/edit?usp=sharing&ouid=115109724855926110016&rtpof=true&sd=true

Plan Sectorial de Turismo del Departamento del Cesar. (2019). *Actualización del Plan Sectorial de Turismo del departamento Cesar con Visión 2030.* Obtenido de documento web: https://cesar.gov.co/d/filesmain/ofiturismo/plan_sectorial_turistico.pdf

Pololikashvili, Zurab. (Junio de 2024, p.1). *El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia.* Artículo obtenido de: https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia

Procolombia (2021). *El Departamento del Cesar: Territorio Sagrado, Musical y Folclórico*. Obtenido de sitio web: https://regions.colombia.travel/gran-caribe-colombiano/cesar

Procolombia (2021). *Narrativas Regionales de Turismo – Cesar.* Obtenido de Revista Digital: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://regions.colombia.travel/sites/default/files/2023-03/CESAR_ENERO-ESP.pdf

Rangel, J. O. (2007). *Estudio de la Caracterización Biológica y Ecológica Integral. Bosque del Agüil en Aguachica.* Obtenido de: https://www.corpocesar.gov.co/files/Informe%20Final-Final%20del%20Aguil%202.pdf

Rangel, J. O. (2012). *Bosque del Agüil en Aguachica, Cesar: Biodiversidad, Educación ambiental y Conservación. Colombia Diversidad Biótica* - Publicación Especial No. 4. https://www.researchgate.net/publication/304249270_Bosque_del_Aguil_Aguachica-Cesar_Biodiversidad_educacion_ambiental_y_conservacion

Rangel, M. (Julio de 2024). *Turismo del Cesar se impulsa a nivel nacional e internacional*. Obtenido de sitio web: https://cesar.gov.co/d/es/noticias/boletines/6670-boletin-121-2024

Real Academia Española, RAE. (s.f). *Diccionario de la Lengua Española.* https://dle.rae.es/cultura?m=form

Reátegui, J. R. (2023). *Desarrollo Económico Local - Desafíos de las ciencias sociales aplicadas en el desenvolvimiento científico y tecnológico.* https://atenaeditora.com.br/catalogo/dowload-post/75773

Reyes Hernández, L. C. (Enero de 2025). *Colombia, el País de la Belleza, rompió nuevo récord en turismo al recibir cerca de 6,7 millones de visitantes no residentes en 2024*. Obtenido de: https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-rompio-nuevo-record-en-turismo-en-2024

Reyes, S. & Durán, I. (03 de Diciembre de 2020). *Aguachica, 25 años de una apuesta por la vida y la paz.* Comisión de la verdad en Colombia. Obtenido de: https://web.comisiondelaverdad.co/actualidad/blogs/aguachica-25-anos-de-una-apuesta-por-la-vida-y-la-paz

Reza, Villaroel, Sánchez & Romero. (Junio de 2021). *Potencial turístico de un destino: una mirada al desarrollo y evolución. Caso: Santo Domingo, Ecuador.* Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas. Obtenido de: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8086247.pdf

Rincón Páez, R. (2011). *Cable aéreo Gamarra-Ocaña, progreso por las alturas.* ECONÓMICAS CUC, Corporación Universidad de la Costa. Disponible en: https://hdl.handle.net/11323/1371

Rozo, E. (2024). *Paradigmas del turismo: desde el Grand Tour hasta el turismo posmoderno o contemporáneo. Turismo y Sociedad.* https://doi.org/10.18601/01207555.n34.11

Timetoast. (s.f.). Historia del turismo en Colombia. Obtenido de: https://www.timetoast.com/timelines/historia-del-turismo-en-colombia

Toselli, C. (2019). *Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina.* https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024

Universidad Nacional de Colombia – Periódico UNAL (2020). *Río Magdalena, patrimonio de la humanidad.* Obtenido de sitio web: https://periodico.unal.edu.co/articulos/rio-magdalena-patrimonio-de-la-humanidad/

Urrutia, B. (05 de Enero de 2021). *Ley 2068 de 2020 - Nueva Ley de Turismo en Colombia.* Brigard Urrutia - Firma de Abogados. Obtenido de: https://bu.com.co/es/noticias/ley-2068-de-2020-nueva-ley-de-turismo-en-colombia

Uriarte, J.M. (09 de Marzo de 2020). Investigación documental. Características. Obtenido de: https://www.caracteristicas.co/investigacion-documental/

Usanos, R. A. (2022). *La identidad: definición, fundamentos y actualidad de la cuestión*. Dialnet Revista Scripta Fulgentina. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8730044.pdf

Vázquez Barquero, A. (1999). *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre Desarrollo Endógeno.* Ediciones Pirámide, Madrid. Obtenido de libro digital: https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941260003.pdf

Viandox. (s.f.). *Cesar Colombia.* Obtenido de: https://viajandox.com.co/cesar-P63

Wikipedia. (s.f.). *Ciénega Doña María o Ciénaga de Patiño.* Obtenido de: https://es.wikipedia.org/wiki/Ci%C3%A9naga_Do%C3%B1a_Mar%C3%ADa

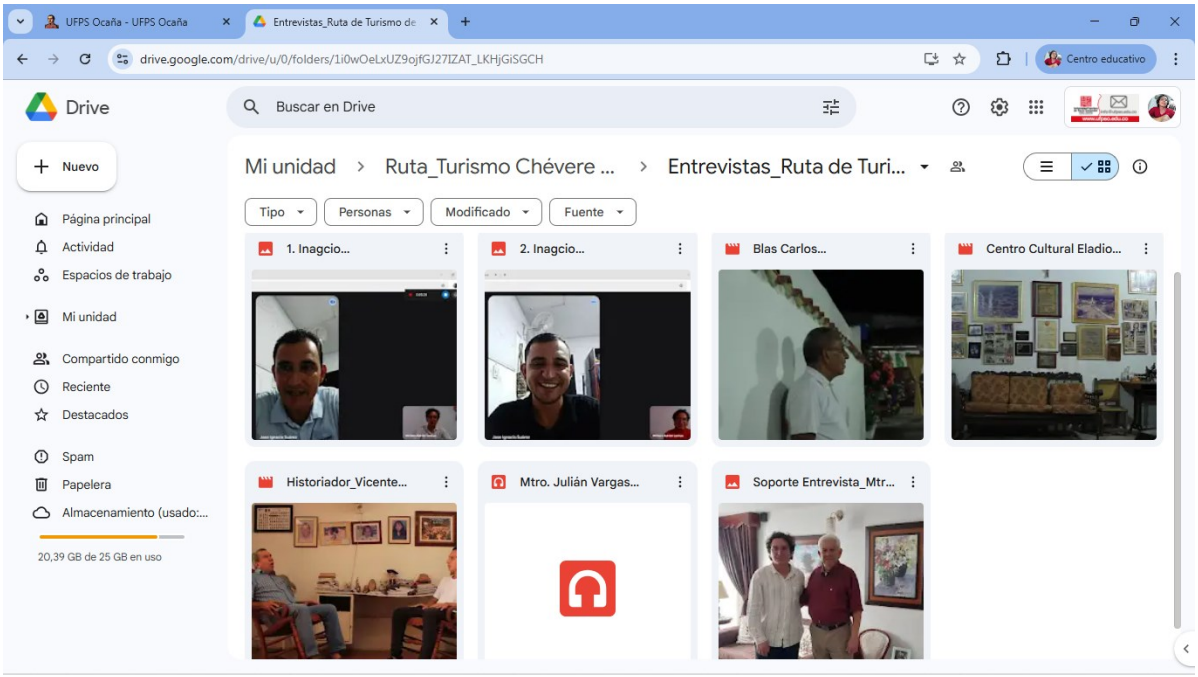
Zambrano-Loor, R. M. (2021). *Gestión universitaria y vinculación con la comunidad.* Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS. http://www.editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/18/64

Apéndice

Apéndice A. Carpetas en Google Drive de los videos, audios e imágenes de las entrevistas realizadas a los expertos historiadores, investigadores, lideres en turismo, docentes y gestores culturales. Enlace directo: https://drive.google.com/drive/folders/1i0wOeLxUZ9ojfGJ27IZAT_LKHjGiSGCH?usp=sharing

Figura 38.

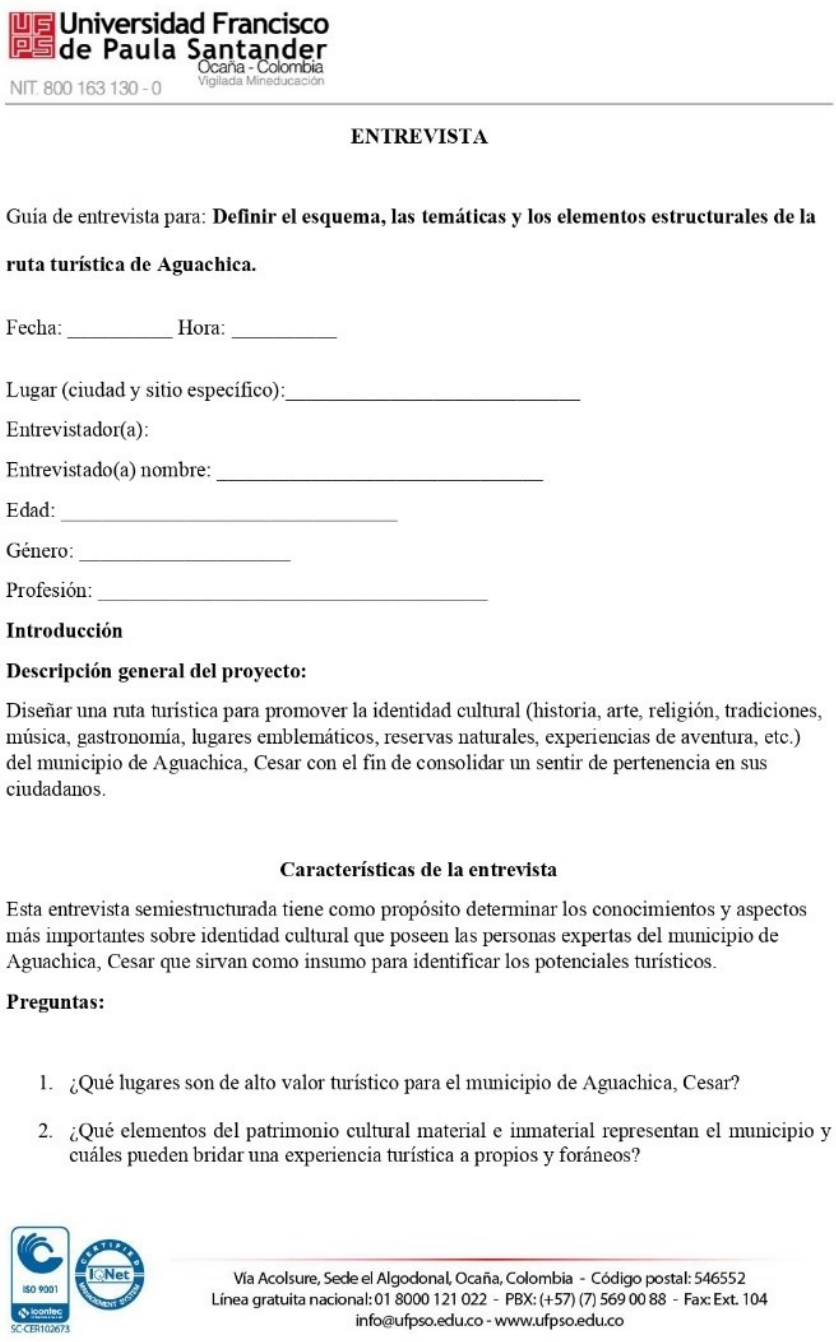
Material evidencia de la realización de las entrevistas.



Apéndice B. Formatos de entrevistas semiestructuradas realizada a los expertos.

Figura 39.

Primera página de la Entrevista.



Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación
NIT. 800 163 130 - 0

ENTREVISTA

Guía de entrevista para: **Definir el esquema, las temáticas y los elementos estructurales de la ruta turística de Aguachica.**

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar (ciudad y sitio específico):_____

Entrevistador(a):

Entrevistado(a) nombre: _____

Edad: _____

Género: _____

Profesión: _____

Introducción

Descripción general del proyecto:

Diseñar una ruta turística para promover la identidad cultural (historia, arte, religión, tradiciones, música, gastronomía, lugares emblemáticos, reservas naturales, experiencias de aventura, etc.) del municipio de Aguachica, Cesar con el fin de consolidar un sentir de pertenencia en sus ciudadanos.

Características de la entrevista

Esta entrevista semiestructurada tiene como propósito determinar los conocimientos y aspectos más importantes sobre identidad cultural que poseen las personas expertas del municipio de Aguachica, Cesar que sirvan como insumo para identificar los potenciales turísticos.

Preguntas:

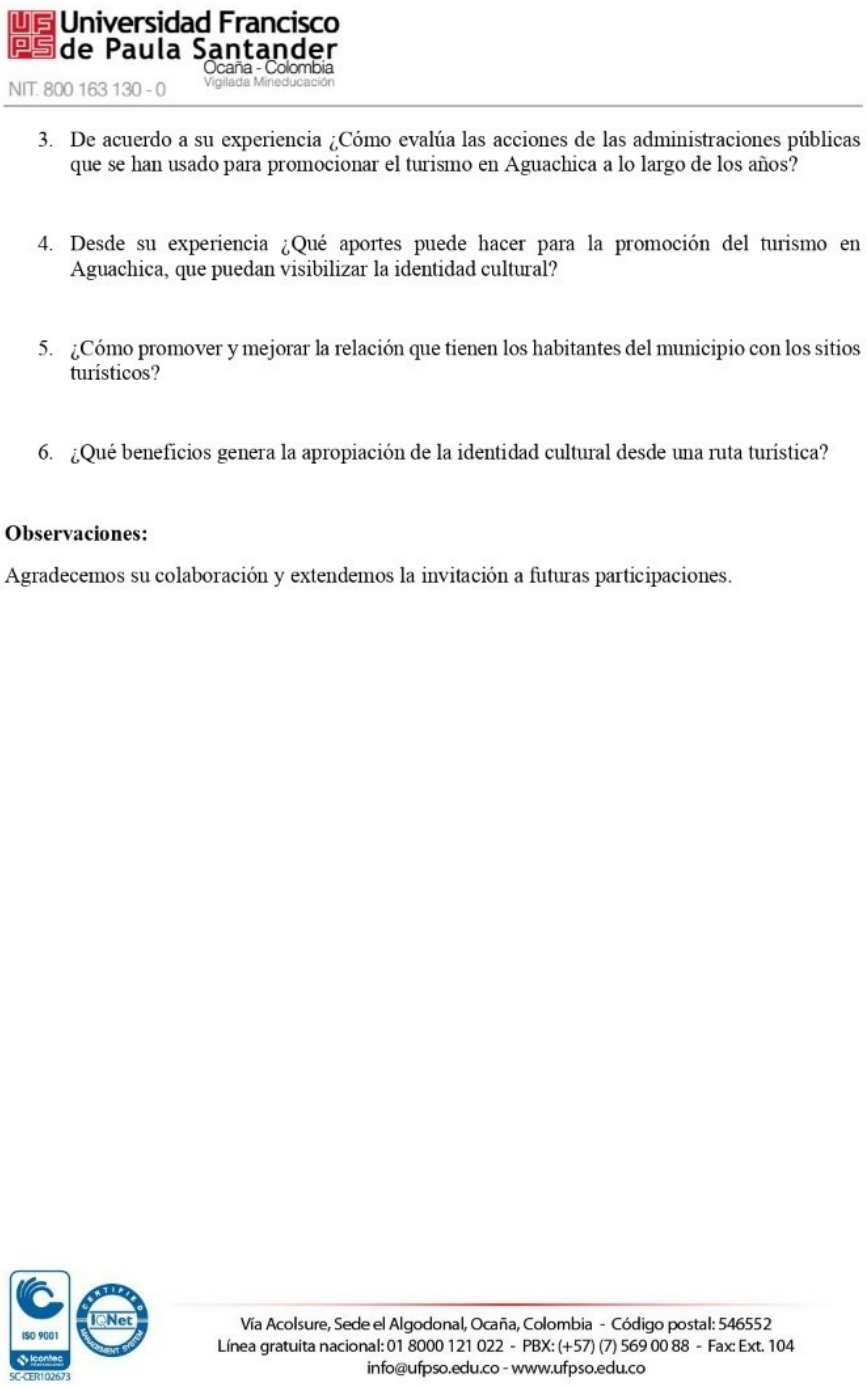
1. ¿Qué lugares son de alto valor turístico para el municipio de Aguachica, Cesar?
2. ¿Qué elementos del patrimonio cultural material e inmaterial representan el municipio y cuáles pueden bridar una experiencia turística a propios y foráneos?

ISO 9001 icontec SC-CER102673 IQNet

Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Figura 40.

Segunda página de la Entrevista.



Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación
NIT. 800 163 130 - 0

3. De acuerdo a su experiencia ¿Cómo evalúa las acciones de las administraciones públicas que se han usado para promocionar el turismo en Aguachica a lo largo de los años?

4. Desde su experiencia ¿Qué aportes puede hacer para la promoción del turismo en Aguachica, que puedan visibilizar la identidad cultural?

5. ¿Cómo promover y mejorar la relación que tienen los habitantes del municipio con los sitios turísticos?

6. ¿Qué beneficios genera la apropiación de la identidad cultural desde una ruta turística?

Observaciones:

Agradecemos su colaboración y extendemos la invitación a futuras participaciones.

ISO 9001 Icontec SC-CER102673 IQNet

Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Apéndice C. Formato Diario de Campo utilizado para plasmar la información y los datos observados durante las visitas a los diferentes sitios emblemáticos de Aguachica.

Figura 41.

Página del Diario de Campo.

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación
NIT. 800 163 130 - 0

DIARIO DE CAMPO

- Sirve como medio evaluativo de un entorno y contexto de la investigación.
- Facilita la toma de decisiones en la investigación.
- Desarrolla la capacidad de observación a un pensamiento reflexivo y critico - constructivo.

Nombre del Investigador:	WILLIAM ADRIÁN TORO LEMUS
Lugar:	CENTRO CULTURAL ELADIO VARGAS
Hora:	
Fecha:	
Ciudad:	Aguachica, Cesar
Temática:	Visita y reconocimiento de los sitios emblemáticos de Aguachica.
Descripción: (Qué, cómo, dónde, porqué, cuándo y otros)	
Observación e interpretación:	
Conceptualización:	
Notas:	

Figura 42.

Solicitud, revisión y validación de los Instrumentos de Recolección de Información.



Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación
NIT. 800 163 130 - 0

Bogotá D.C. - 08 de abril de 2025

Señor:
MSc. Elvis Fernando Ríos Pacheco
Decano de la Facultad de Educación, Artes y Humanidades
Docente e Investigador Universitario

Asunto: Validación Entrevista Semiestructurada y Diario de Campo.

Cordial saludo.

Mediante la presente me dirijo a usted para solicitarle amablemente su participación como juez por su trayectoria en el área de la investigación, para la validación de la Entrevista Semiestructurada y el Diario de Campo con los cuales se ejecutará el proyecto de investigación de la Ruta Turística de Aguachica: La ciudad estratégica del departamento del Cesar, con la finalidad de darle rigor científico y académico.

Nota: Adjunto los formatos de la Entrevista Semiestructurada, el Diario de Campo y el de validación, para la respectiva revisión y aprobación.

Agradezco su colaboración.

William Adrián Toro Lemus.
WILLIAM ADRIÁN TORO LEMUS
Candidato a grado de Comunicación Social
C.C. 1.065.910.298

Vía Acolsure, Sede el Algodonal, C

Figura 43.

Visita al Bosque del Agüil.



Figura 44.

Viaje por la Ciénega Doña María en Puerto Patiño.



Figura 45.

Visita a la Biblioteca Pública del Programa Nacional del Centro de Convivencia.



Figura 46.

Recopilación de video, fotografías y entrevistas en el Centro Cultural Eladio Vargas.



Figura 47.

Grabación del Grupo Folclórico Buturama.



Figura 48.

Recorridos por la plaza principal San Roque.



Figura 49.

Exploración de los balnearios de Aguachica (Norean, Buturama y el Minuto).



Figura 50.

Visita a las zonas rurales de Aguachica.



Figura 51.

Reconocimiento y grabación del símbolo de la Consulta Popular por la Paz.

