

**PACHO, DESTINO DE PAZ: UNA MIRADA ILUSTRADA HACIA EL
DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO**

AUTORA:

MARISOL BUSTOS FORERO

**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2024**



**PACHO DESTINO DE PAZ: UNA MIRADA ILUSTRADA HACIA EL DESARROLLO DEL
TURISMO COMUNITARIO**

MARISOL BUSTOS FORERO

Trabajo de grado para optar al título de Diseñadora Industrial

Asesores:

MSc. D.I. JOHANNA MARITZA VELANDIA QUIROGA

MS.c D.I. SERGIO ANDRÉS ORTIZ RINCON

Mg. D.I. DIANA ZORAIDA CASTELBLANCO CAICEDO

**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2024**

A mi tierra y a quienes me vieron crecer, a aquellos
que buscan descubrir las maravillas de Pacho y para
que quien la habite se sienta perteneciente a este
territorio y a su historia, la ame, la respete y con
orgullo se proclame pachuno(a).

-Marisol Bustos

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a todas las personas que contribuyeron al desarrollo y culminación de este proyecto.

Inicialmente agradezco a mi familia por ser mi apoyo incondicional siempre, por su amor, su paciencia y su respaldo a lo largo de mi carrera académica, gracias por ser mi fuente de fuerza y motivación en los momentos más desafiantes.

Quiero agradecer a todas las personas que participaron de la planeación y desarrollo de este proyecto, gracias por brindarme su tiempo y su experiencia, su colaboración fue esencial en la realización de este proyecto y la validez de sus resultados.

Agradezco a la Universidad y a mis profesores que han aportado a mi proceso académico, gracias por sus conocimientos y la experiencia que me brindaron durante la investigación de este proyecto y mi proceso académico.

Por último, agradezco a mis amigos por su constante apoyo y ánimo durante el proceso y a cada una de las personas que hicieron parte de mi formación profesional.

Resumen

El propósito de este documento se basa en la recopilación y análisis de diversos aspectos vinculados al turismo comunitario en el municipio de Pacho, Cundinamarca. A través de este enfoque turístico, se pretende promover una interacción auténtica que permita a los residentes locales apropiarse de su territorio y de su historia.

Mediante el planteamiento y diseño de estrategias turísticas, se busca recopilar y proporcionar herramientas que impulsen el desarrollo turístico del municipio y contribuyan a la difusión de aspectos característicos como elementos identitarios para la comunidad Pachuna; de esta manera, se aspira a que la población local asuma la responsabilidad en la toma de decisiones, la prestación de servicios y la preservación de los recursos naturales y culturales de la región y de igual forma, proyecte una guía turística partiendo de sus conocimientos e intereses a los visitantes.

Palabras claves: *Turismo comunitario, comunidad, territorio, alianza, turista.*

Astract

The purpose of this document is based on the compilation and analysis of various aspects linked to community tourism in the municipality of Pacho, Cundinamarca. Through this tourism approach, the aim is to promote authentic interaction that allows local residents to take ownership of their territory and their history.

Through the approach and design of tourism strategies, we seek to compile and provide tools that promote the tourism development of the municipality and contribute to the dissemination of characteristic aspects as identity elements for the Pachuna community; In this way, it is hoped that the local population assumes responsibility in making decisions, providing services and preserving the natural and cultural resources of the region and, in the same way, projects a tourist guide based on their knowledge and interests to visitors.

Keywords: *Community tourism, community, territory, alliance, tourist.*

Lista de Contenidos

Agradecimientos	4
Resumen	5
Astract	5
1. Introducción	12
2. Planteamiento del problema	13
2.1 Pregunta de investigación	13
2.2 Descripción del problema.	13
3. Justificación	14
4. Objetivos	17
4.1 Objetivo general	17
4.2 Objetivos específicos	17
5. Marco Teórico	18
5.1 Organización Mundial de Turismo	18
5.2 ONU turismo	18
5.3 Turismo Comunitario	19
5.4 Turismo comunitario en Colombia (MCiT) y en Cundinamarca	19
5.5 Lineamientos políticos del turismo comunitario	21
5.6 Movimiento OVOP COLOMBIA	23
5.7 Cadena de valor del Turismo.	25
5.8 Turismo en Pacho Cundinamarca	25
5.9 Contexto de Pacho Cundinamarca	26
5.10 Modelo de Gestión Turística	33
5.11 Modelos teóricos de enfoque estructural	33
5.12 Guía Turística	35
5.13 Psicología de la imagen	35
6. Marco metodológico	36
6.1 Método investigación acción participativa (IAP)	36
6.2 Categorías de análisis	36
6.3 Herramientas de investigación	36
6.3.1 Resultados de instrumentos	38
6.4 Relación de información	47
6.5 Estructura metodológica	48
6.5.1 Fases de ejecución	50
7. Marco Propositivo	51

7.1 Antecedentes de la propuesta	51
7.2 Desarrollo de la propuesta	51
7.3 Trabajo de campo	53
7.4 Público Objetivo	57
7.4.1 Identificación de público	57
7.4.2 Proto-personas:	58
7.5 Ideación	62
7.6 Diagnostico formativo	63
7.6.1. Análisis Plan de estudios	63
7.6.2. Habilidades aplicadas	68
7.7 Estructura de la propuesta	69
7.7.1 Posibles escenarios de proyecto	69
7.7.2 Planteamiento de la propuesta	71
7.7.3 Componentes de la propuesta	73
7.7.3.1 Identificador de promotor:	73
7.7.3.2 Piezas de identidad:	74
7.7.3.3 Guía ilustrada:	75
7.7.4 Convenciones	76
7.7.5 Mockup	77
7.8 Comprobaciones	78
7.8.1. Comprobación literal	78
7.8.2. Comprobación de secuencia	79
7.8.3. Comprobación de interacción	79
7.9 Implementación	80
7.9.1. Propuesta presentada	81
8. Conclusiones	94
9. Anexos	95
9.1 Encuesta a la población local	95
9.2 Encuesta a la población turista	96
9.3 Entrevista Danilo Góngora- Pacho Aventura	97
9.5 Sistema de registro de investigación UTADEO	106
9.6 Infografía	107
9.7 Guía Ilustrada de Pacho	107
11. Bibliografía	109
11. Vita	111

Lista de Gráficos

Gráfico 1- *Concepciones de producción turística responsable*

Gráfico 2: *Principios básicos del movimiento OVOP*

Gráfico 3: *Fases de ejecución 1-2 del movimiento OVOP*

Gráfico 4: *División Política del municipio de Pacho Cundinamarca*

Gráfico 5: *Territorio Chibcha en Cundinamarca*

Gráfico 6: *Reproducción de la reorganización del pueblo en cusatá o el duraznal*

Gráfico 7: *Plaza principal de Pacho en 1926, al fondo la Parroquia San Antonio de Padua*

Gráfico 8: *Bandera municipal de Pacho*

Gráfico 9: *Escudo municipal de Pacho*

Gráfico 10: *Modelo teórico de enfoque estructural de Moscardo*

Gráfico 11: *Objetivos focales de investigación*

Gráfico 12: *Proyecciones del DANE población 2023*

Gráfico 13: *Estadísticas de encuesta realizada a la comunidad local (pregunta 1-2)*

Gráfico 14: *Conceptos de definición del territorio Pachuno según la comunidad local*

Gráfico 15: *Conocimiento de la población local sobre la historia cultural del municipio*

Gráfico 16: *Niveles de percepción de la identidad pachuna*

Gráfico 17: *Conocimiento de lugares turísticos en Pacho*

Gráfico 18: *Conocimiento de estrategias de promoción turística en el territorio.*

Gráfico 19: *Visibilidad del municipio de Pacho.*

Gráfico 20: *Medios de reconocimiento turístico del municipio.*

Gráfico 21: *Conocimiento de factores turísticos relevantes en Pacho.*

Gráfico 22: *Intereses de visitantes.*

Gráfico 23: *Memorias de viaje que conserve como turista.*

Gráfico 24: *Conocimiento del interés de interacción con población local.*

Gráfico 25: *Relevancia de aspectos de interés turístico*

Gráfico 26: *Identificación de relaciones y oportunidades en el fenómeno turístico en Pacho*

Gráfico 27: *Fases de metodología Design thinking*

Gráfico 28: *Pilares del turismo responsable según la Organización mundial del turismo.*

Gráfico 29: *Antecedentes de estrategias turísticas en Pacho Cundinamarca.*

Gráfico 30: *Acompañamiento en rutas guiadas por PachoAventura*

Gráfico 31: *Análisis de cambios evidenciados en la industria metalúrgica a partir de diseños*

Gráfico 32: *Degustación de productos locales (helado de Cidron y Cubios)*

Gráfico 33: *Análisis de procesos comerciales y sistema de venta de productos locales*

Gráfico 34: *Búsqueda de intereses del turista a partir de planes turísticos ofertados*

Gráfico 35: *Estado de conservación del horno de la Ferrería*

Gráfico 36: *Protopersona turista de aventura*

Gráfico 37: *Protopersona turista de naturaleza*

Gráfico 38: *Protopersona turista de ocio*

Gráfico 39: *Protopersona turista cultural*

Gráfico 40: *Protopersona guía de turismo*

Gráfico 41: *Protopersona productor local*

Gráfico 42: *Relaciones de dinámicas turísticas potenciales.*

Gráfico 43: *Plan de estudios Diseño Industrial UTADEO.*

Gráfico 44: *Análisis de diagnóstico formativo según el PEPA*

Gráfico 45: *Análisis de habilidades potenciadas en el desarrollo del proyecto*

Gráfico 46: *Desarrollo de tourist journey*

Gráfico 47: *Análisis de escenario de proyecto*

Gráfico 48: *Diagrama de planteamiento de objetivos*

Gráfico 49: *Identificadores de promotor*

Gráfico 50: Alianzas turísticas evaluadas

Gráfico 51: Composición de piezas de identidad

Gráfico 52: Guía ilustrada- propuesta final

Gráfico 53: Convenciones y secuencia de planificación de rutas turísticas

Gráfico 54: Visualización propuesta final de guía ilustrada

Gráfico 55: Visualización de variaciones de propuesta gráfica

Gráfico 56: Diagrama de relaciones de comprobación

Gráfico 57: Requerimientos propuestos para la propuesta final

Gráfico 58: Agradecimientos y créditos a la población local perteneciente al proyecto.

Gráfico 59: Introducción a dinámica de interacción.

Gráfico 60: Guía de lectura

Gráfico 61: Contenido y secuencia de recorrido

Gráfico 62: Contenido de piezas de identidad

Gráfico 63: Aspectos geográficos de Pacho y puntos de búsqueda de piezas de identidad.

Gráfico 64: Origen del nombre Pacho y línea de traslados del casco urbano

Gráfico 65: Ubicación de traslados y reconocimiento a textos de recopilación de historia Pachuna.

Gráfico 66: La Torre de los Indios.

Gráfico 67: El Disco de Pacho.

Gráfico 68: El inicio de la industria Siderúrgica

Gráfico 69: El Horno de la Ferrería.

Gráfico 70: Siderúrgica Corradine.

Gráfico 71: Chorro de Virginia y páramo de guerrero.

Gráfico 72: Salto de Veraguas y capilla del Divino Niño Jesús.

Gráfico 73: Parroquia San Antonio de Padua y centro artesanal Tacuara.

Gráfico 74: Innovación gastronómica.

Gráfico 75: Gastronomía Pachuna.

Gráfico 76: *Café Pachuno y café las Marías*

Gráfico 77: *Iniciativas turísticas comunitarias*

Gráfico 78: *Rutas turísticas con promotores locales.*

Gráfico 79: *Espacio para definir los lugares de interés.*

Gráfico 80: *Intereses propios del territorio.*

Gráfico 81: *Agradecimiento por visitar el territorio.*

Gráfico 82: *Contraportada.*

Gráfico 83: *Danilo Góngora- Pacho aventura*

Gráfico 84: *Variaciones de propuesta de infografía final.*

Gráfico 85: *Apartados de la bitácora de campo*

1. Introducción

A través de los años, Pacho ha sido reconocido por ser un municipio histórico y culturalmente importante para el departamento de Cundinamarca. Su historia se remonta desde la época precolombina a partir del hallazgo de rastros arqueológicos que datan de la cultura muisca, posteriormente destaca por ser un importante centro agrícola y comercial en la época colonial donde su arquitectura y sus iglesias históricas aún son reconocidas por su belleza, su valor cultural y emocional. Sin embargo, en los años 80s, todo su desarrollo y potencial se vio opacada por esta época asociada al narcotráfico donde Gonzalo Rodríguez Gacha, debido a su procedencia, fue punto de referencia para el reconocimiento de pacho en Colombia.

Pacho se ha distinguido como destino turístico de Paz; una apuesta para mostrar las labores de las comunidades locales que ha transformado territorios, de igual forma ha resaltado por su encanto natural, que ofrece un escape para los amantes de la naturaleza y la aventura, sin duda, este municipio rodeado de extensas áreas boscosas, numerosas cascadas y ríos se convierte en un foco central para admirar la biodiversidad de cada rincón e invita a sumergirse en la vida rural, sino también a reconocer y apreciar la calidez de sus habitantes.

Por ello, el turismo comunitario en Pacho se posiciona como una estrategia basada en la conservación de recursos naturales, la apreciación del patrimonio cultural y la valoración de los derechos económicos, sociales y culturales de los locales que permite resignificar la identidad Pachuna y mitigar el reconocimiento del territorio por aspectos de conflicto en el pasado.

2. Planteamiento del problema

2.1 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las posibles estrategias que se pueden emplear para fortalecer y potenciar el turismo comunitario en Pacho, Cundinamarca, tomando como referencia los lugares simbólicos de la población local?

2.2 Descripción del problema.

A lo largo de los años, Pacho se ha relacionado con temas de narcotráfico por lo que su imagen y su memoria ha girado en torno a estos acontecimientos, lo que no ha permitido abandonar ese pasado que tanto marco a los habitantes de esta región; y no ha permitido que el municipio resalte por su potencial cultural y evidencie su biodiversidad.

La sombra del narcotráfico y personajes asociados a este, han definido la percepción del territorio durante décadas, donde a pesar de que su imponente ha ido en declive los últimos años, algunos turistas aún se acercan curiosos a indagar sobre la vida, la familia y las propiedades asociadas a Gonzalo Rodríguez Gacha, más conocido como "El Mexicano. Este estigma ha impedido que el municipio proyecte su verdadero potencial natural y cultural.

Pacho se caracteriza por ser muy diverso, en paisajes, climas, productos agrícolas y servicios, lo que lo ha convertido en un destino de Paz que no muchos conocen, ha sido foco de turistas aficionados a la naturaleza y al turismo cultural, que reconocen a Pacho como un lugar de descanso con hermosos paisajes y gente amable.

A pesar de que el turismo en Pacho ha ido en aumento en los últimos años a causa de proyectos impulsados por locales y alianzas entre la comunidad, los turistas no cuentan con información clara de la historia, sus lugares turísticos o las alianzas y proyectos existentes en la región, lo que ha propiciado que la memoria de cada lugar se esté borrando incluso entre los habitantes más jóvenes, ocasionando que se pierda la identidad de la región y la importancia del territorio para Colombia pase al olvido.

A partir del turismo comunitario junto con el modelo de gestión del turismo de Gianna Moscardo se pretende involucrar a la comunidad local y a los turistas en una experiencia turística que les permita apropiarse de sus rutas, sus intereses y de igual forma puedan conservar algo que los invite a volver al territorio. Se propone una interacción directa que permita reforzar los relatos característicos del lugar y de su gente, que propicie un interés por visitar y que de igual forma se otorguen herramientas que contribuyan al crecimiento y apoyo del producto local donde los turistas sean capaces de planear, reconocer y recorrer este territorio.

3. Justificación

El Turismo es una de las mayores fuentes de empleo del mundo, y en especial en las economías en desarrollo (Organización Mundial del Turismo OMT, 2009), el turismo se establece como la segunda actividad generadora de riqueza más importante después de la industria del petróleo.

Según el CITUR (centro de información turística) los visitantes no residentes en 2023 aumentaron 26,6% respecto a 2022 y cerca de 2,9 millones de personas fueron visitantes internos, lo que indica que el turismo en Colombia cuenta con un alto potencial de desarrollo que va en aumento e involucra nuevos actores que permiten un contacto más cercano entre la comunidad y los visitantes. Durante el segundo trimestre de 2023, se identificó el ingreso de 7.775 visitantes en el departamento de Cundinamarca durante el segundo trimestre de 2023 a través de los puntos de migración Colombia, marcando un aumento del 5,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. Este aumento se atribuye a la diversidad de atractivos que ofrece el departamento, destacando sus destinos culturales y naturales, donde 50 de sus 116 municipios son considerados de vocación turística y actualmente los prestadores de servicios turísticos representan el 7,0% de la oferta turística a nivel nacional con 6.047 prestadores en el departamento.

La región del Río negro cuenta con un estudio de valoración y caracterización turística donde la zona se proyecta como una región hospitalaria, próspera y sostenible con un alto potencial para posicionarse como destino turístico altamente competitivo, de esta forma presenta una guía para los interesados en el desarrollo de la industria del turismo en la región, donde se privilegie los potenciales endógenos de la región y se propicie un desarrollo local que beneficie a la población y refleje mejoras en su calidad de vida.

Teniendo en cuenta lo anterior, el municipio de Pacho Cundinamarca cuenta con un alto potencial turístico en aspectos históricos y naturales que han contribuido a la mejora de la economía local y ha logrado posicionarse como un destino de paz y un gran atractivo para turistas. En el plan de desarrollo 2020-2024 se enuncian estrategias y resultados asociados al sector del desarrollo, empleo y turismo, donde se comparte el inventario turístico y los tipos de actividades desarrollados en este ámbito, del cual destaca el sector agropecuario como principal actividad económica del municipio enunciando los rendimientos en cada área (Alcaldía municipal de Pacho).

Pacho, a pesar de ser considerado como tierra de progreso y cuna de diversas industrias, su imagen se ha visto opacada por la época de conflicto asociada a Gonzalo Rodríguez Gacha (originario de Pacho) y a pesar de lograr un acuerdo de Paz para esta región después de su muerte, esta sigue siendo recordada por este personaje quien despierta la curiosidad de turistas al mencionar Pacho. Por ello vale la pena, recordar el siguiente fragmento escrito y firmado por los familiares de Gacha que refleja el deseo de reconstruir la armonía en la región:

“Quiso el destino que su paso por la vida terrenal estuviera marcado con un signo trágico. Ya Gonzalo no existe. Su situación personalísima la vivió él y creemos sinceramente que murió con él”. (Justo Pastor Rodríguez Gacha, Alfonso Ramón Rodríguez Muñoz)

Así como se conoce la historia de esta época de conflicto, debe conocerse los distintos aspectos del municipio, su historia, sus lugares turísticos, su cultura y a su gente. Pacho, tierra de Esperanza (Ana Derly Prieto, Luis Antonio Murcia Castillo; 2003) da a conocer la monografía histórica del municipio, narra los acontecimientos más importantes para la región, recoge y compulsa los vestigios de las tradiciones orales y los documentos olvidados en la historia; de esta forma se logra rescatar del olvido el patrimonio histórico de esta región, un trabajo que recopila años de paciencia e investigación. De igual forma “Vicisitudes de un municipio olvidado” (Álvaro Gómez Bernal, 1968) narra la historia general de Pacho, recopila la narración de lugares y objetos enunciando su importancia para la región y comparte relatos característicos de personajes del municipio a lo largo de su historia, así mismo como muestra las diferentes épocas que han marcado al territorio.

José Vicente Romero Aponte, director y editor de la revista Pacho ha sido un aliado en la divulgación de la cultura Pachuna a través de sus publicaciones recopilando 20 ediciones publicadas anualmente dirigidas a la comunidad local en las que se registran factores característicos de la identidad pachuna y actúa como inventario comercial del territorio.

Con el planteamiento de este proyecto se pretende proporcionar herramientas para un turismo comunitario, participativo y experiencial en Pacho Cundinamarca, donde se recopilen los principales aspectos históricos y naturales de la zona y se presenten dinámicamente a los visitantes y a la población local, para ello, los textos mencionados sirven de soporte vital para la propuesta planteada que busca propiciar una interacción entre locales y turistas para ocasionar la reconexión con su paisaje y su cultura y permitir el intercambio de conocimientos, saberes y experiencias.

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Diseñar una experiencia de turismo comunitario que potencie la cultura histórica, gastronómica, ecológica y económica de Pacho Cundinamarca a través de la participación de la población local, los promotores turísticos y los visitantes.

4.2 Objetivos específicos

1. Diseñar y desarrollar una herramienta interactiva y dinámica que recopile la memoria cultural del municipio de Pacho dirigida a los distintos actores del turismo en el territorio.
2. Garantizar la promoción y preservación de la cultura histórica, gastronómica, ecológica y económica de Pacho, Cundinamarca.
3. Establecer alianzas para identificar y mapear los recursos culturales, históricos, gastronómicos y ecológicos de Pacho en colaboración con la comunidad local y los promotores turísticos donde se fortalezca el turismo comunitario.

5. Marco Teórico

5.1 Organización Mundial de Turismo

La OMT es el organismo que aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, donde ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir sus conocimientos y políticas turísticas.

La Organización Mundial del turismo establece que: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994).

5.2 ONU turismo

La Organización de Naciones Unidas ha establecido el turismo comunitario como una herramienta de gran importancia para el desarrollo sostenible en territorio, la preservación cultural de la población y la reducción de la pobreza en las comunidades locales, siempre y cuando esta herramienta sea implementada de manera responsable y participativa.

La riqueza cultural y la biodiversidad de Colombia proporcionan un destino único con un alto nivel de competitividad a nivel global. El turismo comunitario en Colombia desempeña un papel crucial en la reducción de las desigualdades territoriales, impulsando el desarrollo económico local en destinos estratégicos (ONU Turismo, 2005).

El Programa de Turismo Comunitario para Colombia es el instrumento a través del cual se fortalece la integración social y económica de las poblaciones urbanas y rurales de los diversos grupos étnicos y especiales de los diferentes destinos del país en el contexto turístico, como actividad alternativa, complementaria y sustentable, que sea respetuosa de los sistemas de producción y organización socioeconómica de las comunidades en sus territorios como garantía para su buen vivir. (Organización Mundial del Turismo)

5.3 Turismo Comunitario

Son diversas las definiciones que giran en torno a este tipo de turismo. Sin embargo, según el Parlamento Andino en su marco normativo del turismo comunitario, se establece como “la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios los derechos culturales y territoriales de los pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”. (FEPTCE; 2014).

A partir de ello se resalta el potencial del enfoque intercultural y la participación de la comunidad en aspectos asociados a la planificación, preservación y valoración de aspectos naturales y culturales en su territorio desde la ejecución de un turismo responsable. De igual forma, establece el turismo comunitario como una relación de participación directa entre la comunidad y los visitantes donde enfatiza la necesidad de garantizar una distribución justa de los beneficios generados por esta actividad, ya que parte de un enfoque integrado y responsable (centralidad de la comunidad local).

5.4 Turismo comunitario en Colombia (MCiT) y en Cundinamarca

Para el ministerio de comercio, industria y turismo; el turismo comunitario se define como “la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012). Actualmente se cuentan con 20 rutas de turismo comunitario registradas, las cuales han evidenciado grandes cambios positivos desde su implementación y han favorecido el desarrollo integral de sus territorios. De esta forma el turismo comunitario no se concibe como un tipo de actividad económica, sino que también resalta la participación activa de una comunidad en todo el proceso de la cadena productiva del turismo para aumentar su

bienestar y su desarrollo teniendo en cuenta la valoración y preservación de los aspectos naturales y culturales de su entorno.

Desde el 2012 se ha generado una política de turismo en la cual se establecen 10 mandatos para el desarrollo del turismo comunitario, desde el punto de vista económico se generan procesos de producción de servicios turísticos que implican una integración responsable de la comunidad local que permiten una mejor distribución de los recursos monetarios.

Como ejemplos destacados de la implementación del turismo comunitario y la creación de instancias en Colombia se encuentra la elaboración de rutas como la del “sombrero Vueltiao” o la promoción de recursos como la “etno-aldea turística Tambo Wassi Putumayo”, ejemplos que han demostrado excelentes resultados desde su implementación.

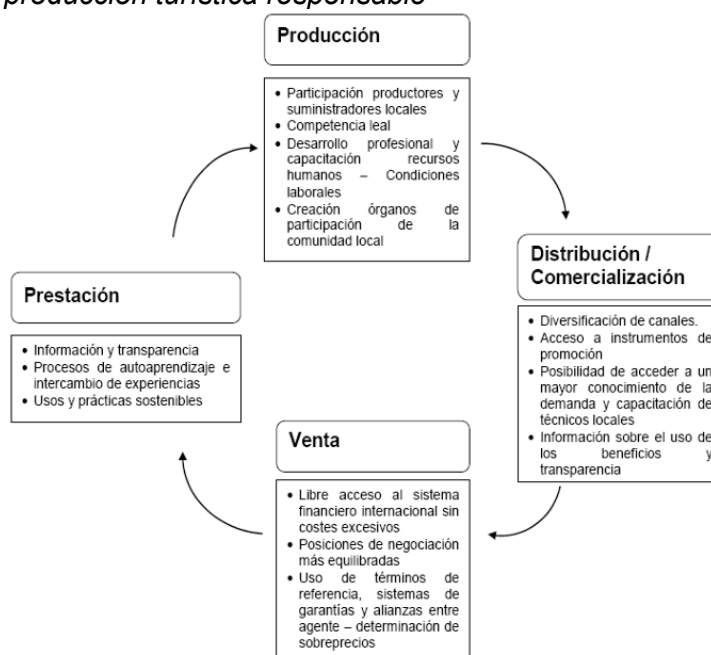
5.5 Lineamientos políticos del turismo comunitario

El ministerio de Comercio, industria y turismo, establece los lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia donde menciona que el turismo comunitario debe entenderse como una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas desde lo social, económico, ambiental y cultural, además de ser una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible que generen empleo donde se posibilita una interacción con la comunidad local permitiéndoles ejercer un papel protagónico en la planificación y gestión del desarrollo turístico.

El turismo comunitario se sitúa como una producción turística responsable, donde se tienen en cuenta aspectos desde su comercialización, los principios de sostenibilidad, la ética, la formación y los procesos políticos como lo manifiesta Salvador Palomo en “El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables” (2006), donde define el turismo comunitario como un “producto cuya principal motivación es el encuentro intercultural de calidad y mutuo interés con la población local y en el que la producción está sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios”

Gráfico 1

Concepciones de producción turística responsable



Fuente: Palomo Pérez, Salvador

La grafica anterior evidencia las distintas orientaciones que hacen parte de la cadena de producción turística para generar sistemas de producción más justos, así mismo, establece las características para determinar un turismo justo partiendo que abarca cualquier modalidad o actividad turística, donde los productores locales y demás agentes intervienen en la cadena de producción turística para garantizar la distribución equitativa y transparente del valor añadido teniendo en cuenta sus contribuciones a lo largo del proceso. Además, se deben incorporar practicas sostenibles que registren un respeto hacia los derechos humanos y laborales en ámbitos sociales, culturales y medio-ambientales para fomentar espacios de participación en la población local y refuercen los espacios de aprendizaje mutuo con los visitantes.

De la ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, se recopila los siguientes artículos que contribuyen a la fundamentación y seguimiento del presente proyecto:

Artículo 1: Resalta la importancia de la industria turística desde su función social para el desarrollo nacional.

Artículo 2: Establece los principios generales por los que se rige la industria turística: concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento.

Artículos 32, 33, 34, 35 y 36: Define el turismo de interés social, establece su promoción y el público objetivo prioritario, orientado a personas mayores, discapacitadas y la población juvenil.

El documento CONPES 3397 de 2005, donde admite que el turismo se ha transformado en un indicador del nivel de vida de la sociedad colombiana y constituye una importante fuente de ingresos en la economía local. Propone lineamientos para impulsar el sector enfocándose en la preservación y sostenibilidad del patrimonio cultural y natural para la actividad.

Según los lineamientos anteriores, este proyecto se estructura a partir de la promoción y comercialización del turismo comunitario que ayude a difundir y publicitar su oferta de productos y servicios según las siguientes acciones establecidas por el ministerio de comercio, industria y turismo.

1. Vincular a los gremios del sector turístico en el desarrollo de estrategias para la comercialización promoción turística que apoye a los destinos y emprendimientos de turismo comunitario para mejorar su gestión de venta, conservación y mantenimiento, de acuerdo con las iniciativas de La Política de Mercadeo y Promoción Turística: “Colombia Destino Turístico de Clase Mundial”.
2. Diseñar una ruta o plan estratégico, que contemple la incorporación de los destinos y emprendimientos de turismo comunitario en las actividades, herramientas y campañas de promoción nacional e internacional del turismo colombiano, tales como: viajes de familiarización, guías, páginas Web, folletos, entre otros
3. Enfocar la promoción de los destinos y emprendimientos de turismo comunitario, hacia las características diferenciadoras de sus productos, en lo cultural, étnico y ambiental.
4. Buscar alianzas estratégicas con otros actores de la cadena productiva del turismo a nivel local, nacional e internacional para la inclusión de los destinos y emprendimientos de turismo comunitario en los diferentes planes y paquetes de comercialización. (OVOP COLOMBIA)

5.6 Movimiento OVOP COLOMBIA

El movimiento OVOP (One Village One Product), en español “Un pueblo, un producto” es una iniciativa de desarrollo económico local que surgió hacia la década de 1970 en Oita, Japón. Su objetivo es promover el desarrollo sostenible de las comunidades rurales mediante la identificación, promoción y comercialización de un producto distintivo o especialidad local con ayuda del trabajo en equipo y el sueño colectivo bajo 3 principios básicos.

Gráfico 2:
Principios básicos del movimiento OVOP



Elaborado a partir de: LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA

Fuente: Elaboración propia.

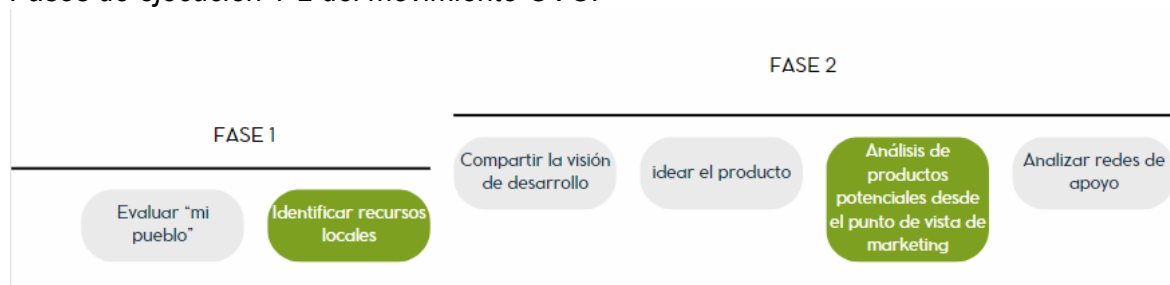
De acuerdo con los programas de apoyo de la gestión pública territorial, el movimiento OVOP en Colombia se concibe como:

- Una iniciativa de desarrollo local pensada para el mediano y largo plazo, orientada a generar transformaciones económicas y sociales en un territorio determinado.
 - Una estrategia que se debe basar en el trabajo de las comunidades locales para desarrollar productos propios o únicos (con marca de origen).
 - Una estrategia que busca mejorar los ingresos de la población de una determinada zona y fortalecer los lazos de pertenencia e identidad de los habitantes con su territorio (con su pueblo).
 - Una estrategia que busca generar un cambio de conciencia en los habitantes, de tal forma que se sientan orgullosos del lugar en el que habitan y contribuyan con su mejoramiento.
 - Un proceso que busca fortalecer las capacidades de las comunidades locales para que sean promotoras de su propio desarrollo, al tiempo que fomenta la equidad y el aprovechamiento sostenible de los recursos existentes en un territorio determinado.
- (OVOP COLOMBIA Estrategia de desarrollo local incluyente)

Durante este proyecto el movimiento OVOP se concibe como una iniciativa destinada a mejorar los ingresos y la visibilidad de la economía local, en busca de generar un cambio de percepción del territorio, tanto entre habitantes como entre los visitantes. Como análisis inicial se adaptan las etapas de las fases 1 y 2 planteadas por el OVOP de la siguiente manera:

Gráfico 3:

Fases de ejecución 1-2 del movimiento OVOP



Fuente: Elaboración propia a partir de "Aprende Sobre OVOP y su Impacto en Colombia-SENA"

Estas fases son ejecutadas con el fin de determinar los factores que intervienen en la cadena de valor para finalmente proyectar la ideación del producto/servicio a la comunidad.

5.7 Cadena de valor del Turismo.

Forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta su regreso a su lugar de residencia al mismo. Pretende identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades generadoras de valor y los márgenes que éstas aportan para el sector, en cada etapa o componente de un viaje turístico (Ministerio de Comercio, I. y. T. 2012)

5.8 Turismo en Pacho Cundinamarca

Actualmente Pacho ha contado con múltiples reconocimientos por su participación turística en Cundinamarca, que han fortalecido el desarrollo integral de la región y lo ha catalogado como una de las Joyas del departamento, al posicionarse como un destino turístico sostenible y responsable que trabaja de la mano con la comunidad para ofrecer experiencias turísticas enriquecedoras y memorables para todos sus visitantes.

El turismo en Pacho representa más que una actividad económica; este sector se ha encargado de dinamizar la economía local, generar empleo y contribuir de manera favorable a la conservación y promoción del patrimonio cultural y natural del territorio.

Cada vez son más las iniciativas que giran entorno al turismo, en su mayoría se encuentran orientadas a temas que exaltan aspectos culturales, naturales y gastronómicos del territorio Pachuno a partir de experiencias y actividades que van desde degustaciones hasta experiencias.

En diversos documentos se menciona el interés por integrar a la comunidad y proponer nuevas estrategias para la difusión y promoción de los lugares turísticos que no requieran de un presupuesto elevado a comparación de aspectos digitales, que se implementen a la página web de la alcaldía y que finalmente conserven la esencia de la identidad pachuna.

Durante la Vitrina ANATO 2024, Pacho ha cautivado al público con su amplia oferta turística que recopila su historia, su arraigada cultura, su exquisita gastronomía y su diversidad de paisajes.

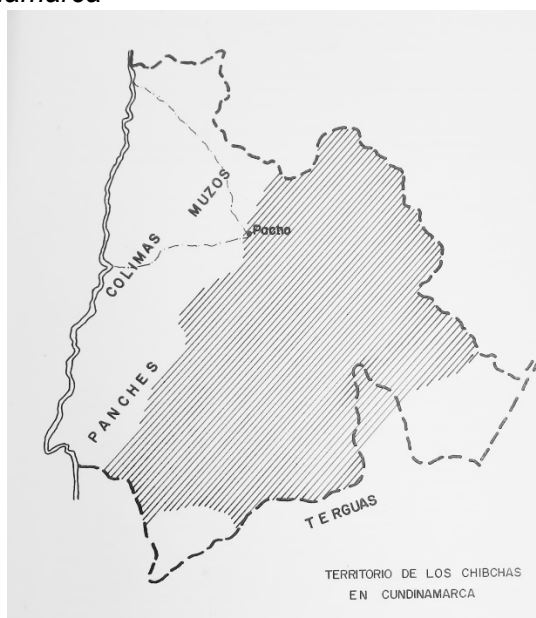
5.9 Contexto de Pacho Cundinamarca

Pacho cuenta con una extensión de 403.3 km² donde 3,6 km representan el casco urbano, mientras 399,7 km² pertenecen al área rural dividido en 72 veredas. Posee los tres pisos térmicos lo que permite tener temperaturas desde los 5 grados centígrados en el páramo y 28 grados en la parte más baja sobre la zona cálida.

Pacho significa Padre bueno, **Paba o Pa:** Padre; **Cho:** Bueno. Nombre que fue otorgado al último cacique, el último de los Uzaques Chibchas que gobernó la región, reconocido por ser el protector de las tribus de la sabana y el defensor de una frontera compleja.

Después de combatir innumerables batallas, su territorio tuvo un periodo de paz y treguas en el que esta región se convirtió en el mercado más importante de la comarca, dando comienzo a la fusión de las razas aborígenes vecinas como los Muzos, los Pauras y los Colimas.

Gráfico 5:
Territorio Chibcha en Cundinamarca



Fuente: Territorio Chibcha en Cundinamarca (Vicisitudes de un municipio colombiano)

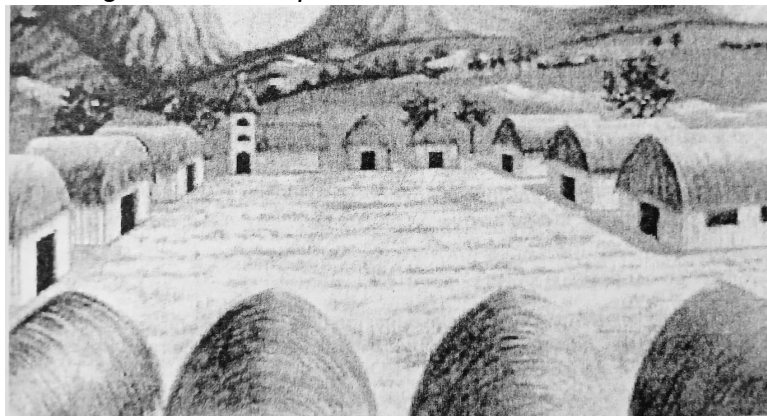
Los españoles bautizaron con este nombre al cacique y antepusieron “Diego”. La comunidad fue la encargada de abandonar su primitivo nombre de Guateque y dar paso a la nueva era de “Pacho”, en conmemoración de su padre bueno, Diego Pacho.

Fueron múltiples las veces que el casco urbano de Pacho fue trasladado por distintos motivos, sin embargo siempre estuvo comprendido en el mismo resguardo “peñascudo, quebrado y montañoso”. Se estima que antes de la conquista española, el territorio estaba ubicado en “Boca de Monte”, un punto estratégico perfecto para suplir sus necesidades de

guerra que mantenían con las tribus periféricas. Con la región pacífica debido al dominio español, se solicitó permiso a la Real Audiencia para trasladar el pueblo a un lugar más cálido y abrigado, ya que han no estar en guerra no era necesario continuar en aquel lugar. Hacia 1680 el pueblo solícito nuevamente su reubicación trasladándose así, al lugar conocido actualmente como “sorento” y Alto de la horca” (antes conocido como Cusaca y Bujalauce respectivamente), genéricamente llamado “el duraznal”.

Grafico 6:

Reproducción de la reorganización del pueblo en cusatá o el duraznal



Fuente: Pacho Tierra de Esperanza

En 1710 nuevamente es solicitado el permiso a la real Audiencia, para posteriormente ubicarse en el “Hatillo”, hacia 1714 es edificada la parroquia de San Antonio de Padua que sufre un gran incendio que destruye el caserío y la población es obligada a reconstruirlo sobre la margen derecha del río; donde finalmente en 1807 Pacho es erigido como municipio y encuentra su asentamiento actual entre el Río Rute o San Antonio y la Quebrada de Guatoque o Gotaque.

Gráfico 7:

Plaza principal de Pacho en 1926, al fondo la Parroquia San Antonio de Padua



Vicisitudes de un municipio colombiano

Simón Bolívar, Antonio Nariño, Jacob Wiesner, Robert Bunch, Cipriano Merlin y la familia Corradine estrecharán sus lazos con el territorio de Pacho gracias a sus riquezas minerales para darle paso a la era industrial del país con el surgimiento de la primera Ferrería de Colombia y Latinoamérica.

Sin duda, Pacho ha sido un referente de la generación de industrias potentes, de las cuales resalta la fábrica Tecno Ingeniería, la fábrica de jeans Camel, la fábrica de colores, la fábrica de gaseosas, la polvorería Barragan y la siderúrgica Corradine.

Los últimos años del siglo XX fueron un período de desafíos y cambios significativos para Pacho, Cundinamarca, marcados por la persistencia de la violencia y el conflicto asociado al Narcotráfico, así como por esfuerzos locales y nacionales para promover el desarrollo, la participación ciudadana y la transformación social y económica.

Actualmente Pacho es reconocido por ser la capital naranjera de Colombia; destaca históricamente por ser la cuna de la industria de hierro en Sudamérica al contar con la primera siderúrgica en la región, reconocida por la fertilidad de sus suelos y la variedad de climas que permiten un gran desarrollo agrícola, contando con numerosos recursos naturales y

económicos que permiten el desarrollo de la región y de los cuales se resalta el café, los cítricos, los plátanos, la yuca, la papa, la sábila, las flores y las plantas medicinales.

Pacho es un territorio cargado de significados representado a través de sus colores y sus tradiciones, inicialmente su bandera, dividida en 3 franjas de la misma proporción simboliza el cielo, las lagunas y las corrientes de agua que rodean al territorio, mientras que la franja blanca es símbolo de la paz, honestidad, esperanza, fé, honor, amistad y el espacio abierto de sus campos donde el azul hace referencia a la riqueza de sus suelos y la esperanza de su población, simbolizando el espíritu sincero, alegre y laborioso de su población.

Gráfico 8:
Bandera municipal de Pacho



Pagina web Pacho Cundinamarca- símbolos

De igual forma su escudo se encuentra enmarcado en 3 secciones, sobre el fondo naranja se representa un yunque, símbolo de la industria del hierro y cuna de la industria siderúrgica en la región, mientras que el piñon simboliza la recursiva laboriosidad y la vocación industrial de los pachunos

Gráfico 9:
Escudo municipal de Pacho



Página web Pacho Cundinamarca- símbolos

. Sobre el fondo azul, aparecen 3 naranjas como el fruto típico del municipio al ser la capital naranjera de Colombia y finalmente sobre el gris aparece el pino romeron, representación de la vegetación que rodea el territorio y como árbol endémico de la región que aclama la firmeza del carácter Pachuno. Finalmente, el escudo reposa sobre la frase “trabajo, paz y libertad” y se enmarca en 4 banderas del municipio. En cuanto a su simbología asociada a los colores, el naranja casi rojo representa el fuego creador, así como el esfuerzo y sacrificio de la labor humana y la sangre derramada a lo largo de la historia del municipio. El azul simboliza el pasado y los acontecimientos históricos de la región, el aire de las montañas que son punto protagónico, representa la trascendencia, la esperanza y la finalidad de cada uno de sus frutos además de la riqueza geológica y agrícola de la región.

5.10 Modelo de Gestión Turística

Los modelos para la gestión turística favorecen la organización de ideas y teorías, el diseño de proyectos, la recopilación y análisis de datos, y la presentación de los resultados, la identificación de los problemas claves, la utilización de tiempo y recursos con más eficacia (Naranjo, M., Pelegrín, A...)

Este modelo actúa como una guía que analiza y administra eficazmente los aspectos asociados al turismo y su trayectoria con el fin de maximizar sus beneficios económicos, sociales y ambientales al tiempo de que se minimizan los impactos negativos.

Su planteamiento es fundamental al momento de planificar, organizar y dirigir las actividades relacionadas al turismo en una determinada zona, de esta forma resulta más eficaz el control de las actividades y el conocimiento de intereses de los actores asociados a esta. De esta forma, el modelo de gestión se presenta como herramienta para la organización de ideas y el análisis de datos para relacionar los proyectos existentes y la búsqueda de oportunidades de diseño existentes en el territorio.

5.11 Modelos teóricos de enfoque estructural

El modelo de Moscardo presenta interrelaciones detalladas entre los elementos pertenecientes al fenómeno turísticos, estos elementos son ordenados en una secuencia lógica y describe al turismo como un proceso circular. Mediante este modelo se entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino. Éstos a la vez, retroalimentan el sistema por medio de las variables de marketing, influyendo directamente sobre los turistas (Santos, de O., & Eduardo, G. (2007))

Gráfico 10:
Modelo teórico de enfoque estrutural de Moscardo



Fuente: Moscardo (2001)

En este modelo se proyecta como el turista establece sus rutas a partir de la imagen que se comunica del territorio para después analizar como a través de la experiencia de su estadía y los factores que intervienen en ella actúan como variable de marketing afectando e incidiendo en la decisión a futuros visitantes.

5.12 Guía Turística

Desde la antigüedad, una de las herramientas que se han usado para establecer ubicaciones y orientar han sido las guías, empleándose diversas formas y tamaños, ha estado dirigida a distintas poblaciones dependiendo el avance del tiempo y de esta forma han surgido modificaciones a su iniciativa inicial con el fin de proporcionar una mirada más eficiente a esta herramienta.

Actualmente, Jordi Montaner Montejano en su “diccionario de Turismo” define guía turística como una obra escrita (folleto o libro) que informa y aconseja al lector sobre los recursos turísticos, servicios y otros datos de interés de un lugar geográfico determinado. Suele ir acompañada con material gráfico: fotografías, infografías, mapas y demás elementos gráficos.” (Montaner, Antich & Arcarons, 1998)

En diversos casos, las guías han sido conservadas por turistas como artículos de colección y/o recuerdos asociados al lugar visitado. Estos ejemplares pueden adquirir un valor especial tanto para visitantes como para la población local, ya sea por su contenido histórico, su diseño único o simplemente por el recuerdo que evocan del viaje. Sin duda el acto de colección y memoria añaden una capa adicional de significado al visitar un lugar y añade cierta nostalgia a la experiencia del viaje.

5.13 Psicología de la imagen

La imagen ha sido usada como recurso de comunicación desde las antiguas civilizaciones como lo registran las pinturas rupestres y ha evolucionado hasta el empleo de medios digitales contemporáneos. La humanidad ha usado la imagen de diversas formas para transmitir información, expresar ideas y contar historias. Así mismo sus interpretaciones han sido conservadas a través de los años mostrando el increíble potencial de comunicación y recordación transmitido a partir de una imagen.

Para Marshall McLuhan la manera en que se percibe la realidad está estrechamente vinculada en cómo se presenta y se estructura la información. Acuñó la frase "*El medio es el mensaje*" donde expone que los medios en que se comunica la información son capaces de moldear las percepciones y acciones de las personas, de esta forma se facilita la recordación de acciones y acontecimientos.

De igual forma, Bruno Munari en su libro "Design as Art" (el diseño como arte) apoya la idea anterior y ofrece reflexiones sobre cómo el diseño visual influye en la percepción y el comportamiento humano que actúan como herramienta para comunicar ideas de manera clara, efectiva y atractiva.

6. Marco metodológico

6.1 Método investigación acción participativa (IAP)

Inicialmente la metodología para el planteamiento de herramientas de investigación se fundamentó en la participación e inclusión de la comunidad local en ámbitos asociados a lugares turísticos, en aspectos históricos, gastronómicos y ecológicos que potencien la economía local y fortalezcan la identidad Pachuna. Esta metodología busca involucrar a la comunidad desde la investigación, el planteamiento y la implementación de propuestas.

6.2 Categorías de análisis

Se establecen como categorías de análisis el aspecto histórico, el aspecto ecológico y el aspecto Gastronómico del municipio de Pacho Cundinamarca en un ámbito orientado al turismo, los cuales son investigados desde distintos criterios y perspectivas de los diversos actores que intervienen en el fenómeno turístico.

6.3 Herramientas de investigación

El turismo comunitario representa un reto en el que participan actores diversos, por ello en este proyecto se seccionan según los intereses de investigación (sector histórico, ecológico y gastronómico) donde se orientan principalmente a emprendedores, promotores turísticos y turistas.

Las principales estrategias de turismo en Pacho se basan en la red de apoyo comunitaria entre los promotores turísticos que potencian y retroalimentan los aspectos históricos, culturales y ecológicos del municipio. Además, una de las estrategias que reincide en el territorio es la personalización de rutas a partir de los intereses del visitante, factor que ha sido implementado con éxito y ha proporcionado un gran desarrollo en el área turística.

Inicialmente la investigación parte del interés por conocer y relacionar la percepción actual de los visitantes y la población local, por ello se plantea el primer esquema para el diseño e implementación de herramientas de investigación en el proyecto que permitan evaluar las categorías de análisis mencionadas anteriormente. De igual forma se toma como estrategia el análisis de vivencias en el territorio.

Gráfico 11:
Objetivos focales de investigación

	Objetivo	Herramienta
Turistas	Conocer su percepción e interés en el territorio Pachuno.	Encuesta y observación
Promotores turísticos	Conocer sus intereses y su metodología en el fomento del turismo.	Entrevista y acompañamiento en rutas turísticas como método de observación
Población local	Conocer su percepción e interés sobre la cultural y el territorio Pachuno.	Narrativas y encuesta
Emprendedores	Conocer como se relaciona con la identidad Pachuna y cual es su interés en el territorio.	Entrevista semiestructurada y observación de las dinámicas de producción y comercialización

Elaboración propia.

Las herramientas son desarrolladas teniendo como referente la diversificación del producto turístico en Pacho, así como la Promoción y marketing y su relación con la preservación del patrimonio cultural y natural del territorio asociados con el fenómeno turístico y las estrategias actuales de turismo en el territorio.

6.3.1 Resultados de instrumentos

De acuerdo con las proyecciones del DANE para el 2023, Pacho cuenta con una población aproximada de 28.412 habitantes distribuidos de la siguiente manera.

Gráfico 12:
Proyecciones del DANE población 2023

Edades	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 12 años	2,329	2,313	4,642
12 a 17 años	1,194	1,309	2,503
18 a 24 años	1,299	1,329	2,628
25 a 29 años	898	847	1,745
30 a 34 años	891	811	1,702
35 a 39 años	897	814	1,711
40 a 44 años	935	848	1,783
45 a 49 años	872	803	1,675
50 a 54 años	890	826	1,716
55 a 59 años	943	872	1,815
60 a 64 años	911	863	1,774
65 años o más	2,497	2,221	4,718
Total	14,556	13,856	28,412

Fuente: Proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018 [↗](#)

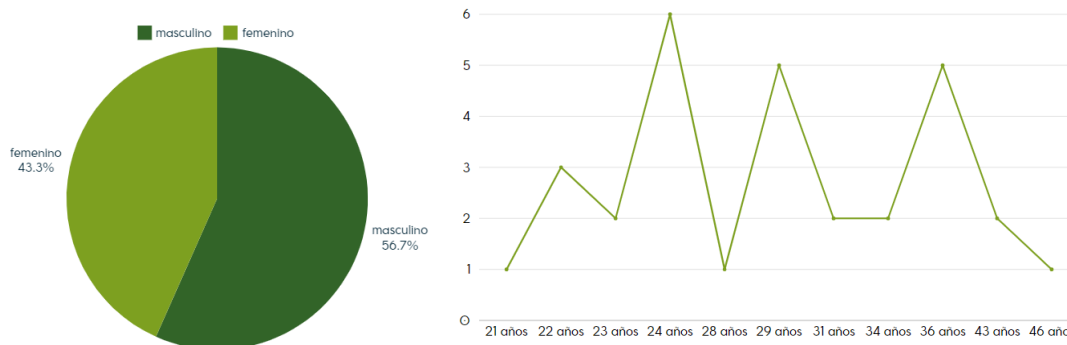
Fuente: Proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018

De acuerdo con la grafica anterior, los adultos mayores representaban el 22.8% de la población total de Pacho en 2023, los menores de 12 años representaban el 16.3%, los adolescentes representaban el 8.8% y los mayores de edad representaban el 74.9% de la población total en Pacho.

Para la implementación de las herramientas de investigación en el territorio se abarca una población comprendida entre los 18 años hasta los 49 años, por lo cual la encuesta (anexo1) es distribuida en grupos municipales vía redes sociales y seguimiento voz a voz, orientada a la población residente en Pacho por más de 12 años.

En primer lugar, las preguntas 1,2,3 permitieron determinar datos demográficos como género, edad y tiempo de residencia en el municipio, en donde únicamente las respuestas de residentes son analizadas en este documento.

Gráfico 13:
Estadísticas de encuesta realizada a la comunidad local (pregunta 1-2)



Elaboración propia

4. ¿Con que palabra describirías el territorio y la cultura de Pacho Cundinamarca?

Gráfico 14:
Conceptos de definición del territorio Pachuno según la comunidad local




Elaboración propia






Con esta pregunta se busca indagar en la percepción del territorio a través de la visión de sus habitantes y que tipo de conceptos destacan del lugar en el que habitan. Un punto clave para la búsqueda de identidad propuesta en la experiencia a diseñar.

Gráfico 15:**Conocimiento de la población local sobre la historia cultural del municipio**

5. ¿Qué tanto conoce acerca de la historia cultural de Pacho?

[Más detalles](#)

 Información

	No conozco nada	0
	Conozco muy poco	12
	Mi conocimiento es moderado	14
	Conozco bastante	4
	Conozco extremadamente bien	0








Elaboración propia

Para los habitantes de Pacho, el conocimiento acerca de la historia cultural de Pacho es moderado o deficiente, sin embargo, son capaces de reconocer aspectos relacionados a el territorio.

Gráfico 16:**Niveles de percepción de la identidad pachuna**

6. ¿Cómo cree que se percibe la identidad pachuna fuera de su comunidad?

[Más detalles](#)

	Muy negativamente	3
	Negativamente	5
	Neutral	10
	Positivamente	9
	Muy positivamente	3



Elaboración propia

Con respecto a la anterior gráfica, el 33% la población encuesta considera al territorio con un impacto neutral fuera de su comunidad, mientras que el 40% manifiesta una percepción positiva sobre el territorio, sin embargo, destaca un 27% con una interpretación negativa de su región.

Gráfico 17:
Conocimiento de lugares turísticos en Pacho

8. ¿Cuántos lugares turísticos de Pacho es capaz de reconocer?

[Más detalles](#)

[Información](#)

Menos de 5	8
6 a 8 lugares turísticos	17
8 a 10 lugares turísticos	3
Más de 10 lugares turísticos	2



Elaboración propia

La población encuestada es capaz de reconocer ciertos lugares turísticos, sin embargo, no abarcan la totalidad de su potencial, lo que podría limitar el conocimiento sobre su propia identidad cultural e histórica.

Gráfico 18:
Conocimiento de estrategias de promoción turística en el territorio.

12. ¿Conoce acerca de las estrategias de promoción turística existentes en el municipio?

[Más detalles](#)

Si, conozco las estrategias de pr...	2
Si, he escuchado de estrategias ...	7
No, no conozco ninguna	10
Me gustaría saber más sobre las...	10
He participado en actividades re...	1



Elaboración propia

Por último, a pesar de contar con estrategias de promoción turística en el territorio, ofertada por la comunidad local, la población desconoce acerca de estos servicios y solo el 3% ha sido parte de estas actividades.

A partir de la encuesta se establece un déficit en el reconocimiento del territorio y el conocimiento de oportunidades de desarrollo en el ámbito turístico, pero se identifican aspectos claves manifestados por la comunidad para destacar en la propuesta final, de igual forma se manifiesta interés en la comunidad por conocer sobre su territorio desde una base turística.

Con ello, el ejercicio de observación se basó en el análisis de la construcción de identidad pachuna a partir de los productos aportados y pequeñas entrevistas tipo dialogo realizadas a productores y comerciantes del casco urbano; donde se logró identificar una labor de orgullo y tradición en el desarrollo de sus productos. La gran mayoría de servicios y productos ofrecidos a la comunidad turista se encuentran cargados de significados y tradiciones, donde los mismos locales son los encargados de expandir los relatos del territorio como respuesta a las interrogantes de turistas curiosos interesados en conocer sobre su historia y la producción de sus labores. De igual forma, los locales comparten sus relatos de manera anecdótica y cómica, donde de vez en cuando las chanzas risueñas salen a la luz, digno signo de la identidad Pachuna como menciona Alvaro Gomez reiteradas veces, a través de su libro “Vicisitudes de un municipio colombiano”

Así mismo, las rutas guiadas proporcionaron información acerca de la forma en que son contados los relatos característicos de la población, de cierta forma suelen ser relatos cortos que generan interrogantes a los visitantes y con ello, surge toda una cadena de información que a medida que se avanza en el trayecto, el visitante es capaz de identificar hechos y comparar contextos. Es impresionante como a partir de esta actividad se genera un intercambio de información entre comunidad local y visitantes que permite desencadenar temas de interés desde ambas partes donde se manifiestan grados de satisfacción de su estadía en el municipio e incluso propuestas de mejora e implementación en el territorio.

La visita al centro artesanal y eventos de comercialización de productos locales proporciono un análisis del funcionamiento de los sistemas de apoyo entre los comerciantes del territorio, las dinámicas y estrategias usadas para su promoción y el tipo de visitantes interesados en los productos, así como la identificación de comentarios y expectativas acerca del municipio de Pacho.

Finalmente se indagan los intereses del turista en el municipio a partir de una encuesta formulada con 10 preguntas (anexo2) en la cual, también se incluyen interrogantes que

proponen factores de interés al momento de viajar y variables para la toma de decisiones en el territorio.

La población turista encuestada esta comprendida en un rango de edad de 24 años a los 35 años donde el 60% se identifican de género masculino, al igual que la encuesta realizada a la población local se mantiene el mismo numero de encuestados y el formulario es difundido con ayuda de los promotores turísticos y grupos de aficionados al turismo via redes sociales.

Gráfico 19:
Visibilidad del municipio de Pacho.

3. ¿Has oído hablar de Pacho Cundinamarca?

[Más detalles](#)

● Si	20
● No	2
● He escuchado muy poco	8



Elaboración propia

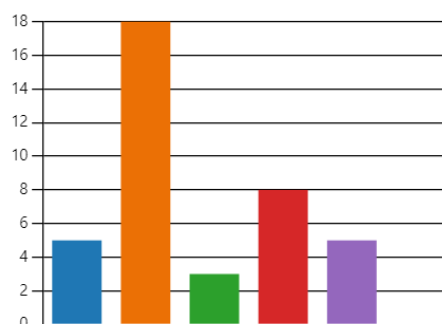
A partir de la gráfica 19 se cuenta con un alto reconocimiento del municipio a pesar de que el 27% asegura conocer muy poco del lugar.

Gráfico 20:
Medios de reconocimiento turístico del municipio.

4. ¿Quién o de qué forma has escuchado algo de Pacho?

[Más detalles](#)

● Nací en Pacho	5
● Familiares/amigos	18
● Redes sociales	3
● Recomendaciones turísticas	8
● Noticias	5
● Otras	0



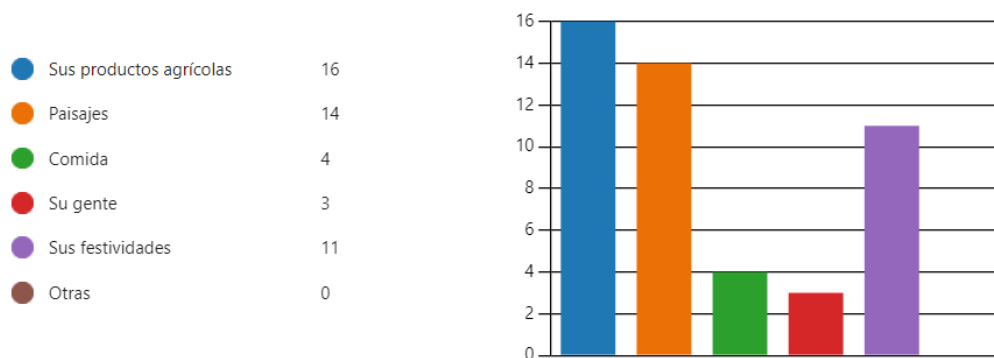
Elaboración propia

La forma usual en la que los turistas han escuchado del municipio o han tenido un acercamiento al lugar ha sido a través de Familiares y/o amigos seguido de recomendaciones turísticas sugeridas, por lo que claramente se evidencia un deficiente en las estrategias usadas vía redes sociales, que no han logrado captar la atención de un público mayor o no ha tenido mayor visibilidad al público turista.

Gráfico 21:
Conocimiento de factores turísticos relevantes en Pacho.

6. ¿Por qué crees que es reconocido Pacho Cundinamarca?

[Más detalles](#)



Elaboración propia

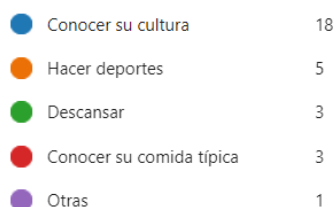
Con respecto a los factores de mayor reconocimiento, predominan los productos agrícolas y sus paisajes, donde sus festividades como las ferias y fiestas de Pacho celebradas en Julio y los mercados ganaderos cuentan con gran relevancia.

Gráfico 22:
Intereses de visitantes.

7. ¿Cuál es tu principal interés al visitar un nuevo lugar?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Elaboración propia

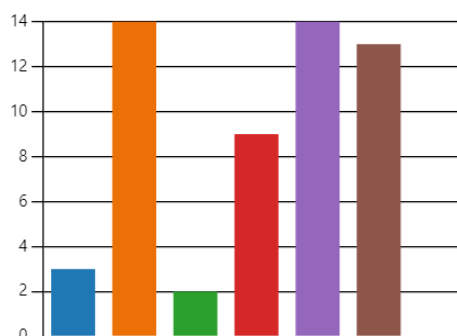
Como segunda parte de la encuesta se buscaba indagar sobre los intereses del turista al viajar y conocer un nuevo destino. En cuanto al interés principal se identifica el de conocer la cultura y costumbres del lugar, de igual forma una de las respuestas de interés adicionales fue la actividad de pajarear.

Gráfico 23:
Memorias de viaje que conserve como turista.

8. ¿Qué sueles llevar de recuerdo en tus viajes?

[Más detalles](#)

● No llevo recuerdos	3
● Artesanías	14
● Comida típica	2
● Postales	9
● Fotografías	14
● Productos locales	13
● Otras	0



Elaboración propia

Al momento de indagar sobre los obsequios que suele llevar o conservar de sus viajes e incluso regalar a sus seres queridos se encuentran artesanías propias del lugar visitado, fotografías y productos locales seguidas de postales o imágenes que puedan conservar de forma física y que perduren en el tiempo.

Gráfico 24:
Conocimiento del interés de interacción con población local.

9. ¿Qué tan importante es para ti la interacción con la población local durante tu viaje?

[Más detalles](#)

Información

● Muy importante, quiero conoce...	15
● Me gusta interactuar ocasional...	11
● No es una prioridad, prefiero ex...	4
● Prefiero mantener un perfil bajo...	0



Elaboración propia

Así mismo al indagar sobre el nivel de interés de interactuar con la población local se encontró más de un 75% favorable, al preguntar sugieren que recorrer el territorio con los locales permite conocer las narrativas y datos e interés, además de permitir una mayor resolución de dudas sobre su estadía.

Gráfico 25:
Relevancia de aspectos de interés turístico

10. ¿Qué factor principal consideras al seleccionar tu destino de viaje?

[Más detalles](#)

● Aspecto histórico	22
● Aspecto ecológico	5
● Aspecto gastronómico	3
● Otras	0



Elaboración propia

Finalmente conocer la historia es uno de las principales iniciativas de los viajeros al conocer un lugar, intriga saber cual es la historia detrás de cada lugar turístico y/o cada plaza típico.

Los promotores turísticos han sido clave en el desarrollo del reconocimiento del territorio Pachuno en donde la secretaria de agricultura, desarrollo y turismo ha implementado su participación en diversas ferias regionales que promueven su reconocimiento fuera del territorio. De igual forma, uno de los factores que ha influenciado en la comunidad para la preservación del patrimonio cultural han sido los textos académicos que han sido escritos para conservar la memoria del territorio y su identidad, sin embargo, la mayoría resultan textos largos que no se adapta a diversos tipos de lector, por lo que su información no suele ser recordada con facilidad.

Uno de los aspectos claves en que convergen los distintos tipos de turistas identificados en el territorio es la preservación de recuerdos y memorias a través de objetos tangibles adquiridos en territorio, y la búsqueda constante de actividades a desarrollar que generen experiencias satisfactorias durante su estadía.

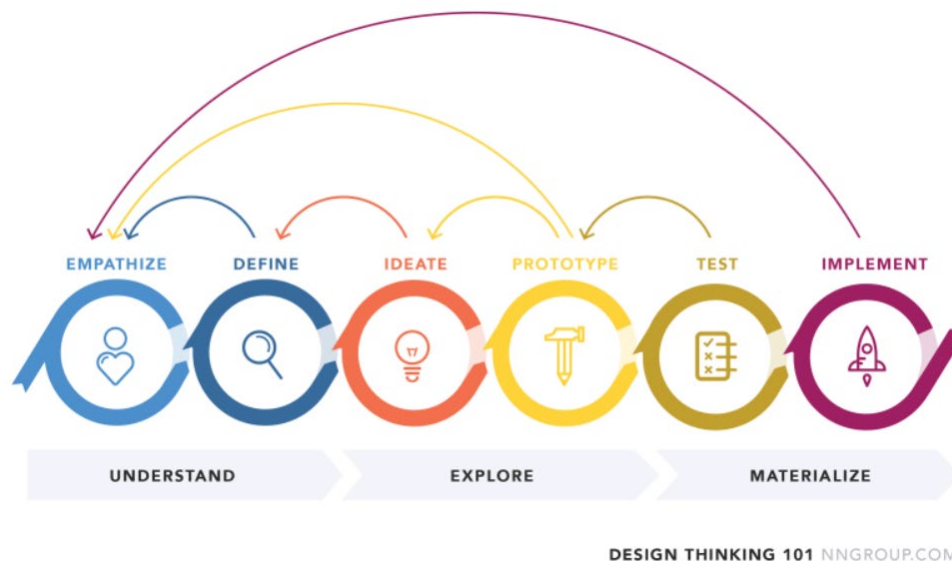
Otro factor importante que destacar es la población local joven, a causa del desconocimiento sobre su territorio y su promoción turística, una gran parte considera que la percepción de Pacho no es buena, por lo que en su mayoría no suelen recomendar el territorio.

Los turistas no siempre suelen relacionar los factores de tiempo e interés según el territorio, por lo que se enfrentan a el tiempo limitado para explorar un territorio extenso y diverso, así como el desconocimiento del valor cultural y simbólico de los lugares turísticos que no permite la conexión con el territorio y su gente desde el inicio.

6.5 Estructura metodológica

Para el desarrollo de este proyecto se tiene en cuenta la sensibilidad para la resolución de problemas partiendo del modelo Moscardo y sus intereses, por lo que se postula el Design thinking para entender y dar solución a necesidades reales de los usuarios basándose en los pilares en los que se fundamenta:

Gráfico 27:
Fases de metodología Design thinking



IDEO Design thinking

- Empatía: Se centra en entender el contexto y los factores que intervienen en este. Busca entender los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados.
- Trabajo en equipo: En la diversidad es donde se obtienen mejores resultados, por ello este proyecto se trabaja de la mano de la comunidad y sus intereses.
- Prototipado: En este punto se identifican fallos e interacciones que no han funcionado pero que pueden ser punto de mejora.
- Test: Pruebas de comprobación en el contexto dirigida a los grupos de actores a los que está dirigido el proyecto.

6.5.1 Fases de ejecución

A partir de la metodología mencionada anteriormente y siguiendo los intereses planteados en el modelo de Moscardo, el proyecto se segmenta en las siguientes etapas.

Empatizar: Comprender e investigar el contexto, la zona en que se piensa involucrar el proyecto y las relaciones que intervienen en el fenómeno turístico.

Como punto de partida se tuvo en cuenta la experiencia vivencial en el territorio a partir del diseño de proto-personas basadas en los relatos cotidianos de residentes de Pacho.

Observar: Durante el trabajo de campo se realizó la recolección de información a partir de la interacción con la probación local y su relacionamiento con los visitantes. A partir de entrevistas, encuestas, fotografías y análisis de actividad se logra identificar y comprender nuevos puntos críticos, problemas y necesidades de los locales y los turistas.

Idear: En esta etapa se tiene en cuenta proyectos existentes y en ejecución donde se establecen referentes de información que posibilitan la identificación de oportunidades de diseño en el territorio.

Definir: Determinar el planteamiento de posibles diseños de experiencia orientado al turismo comunitario, a partir de los documentos y testimonios proporcionados por la oficina de desarrollo económico y la Secretaría de Agricultura, Desarrollo económico y turismo de Pacho. En este aspecto es vital el trabajo cooperativo con la comunidad, donde se construya una solución que intente resolver las preocupaciones de los locales y los visitantes.

Prototipar: A partir de la investigación realizada en comunidad, se plantean aspectos de visualización de la propuesta y las posibles soluciones.

Comprobar: Se prueban los prototipos con el fin de identificar mejoras, fallas y carencias del proyecto antes de proponer la solución final.

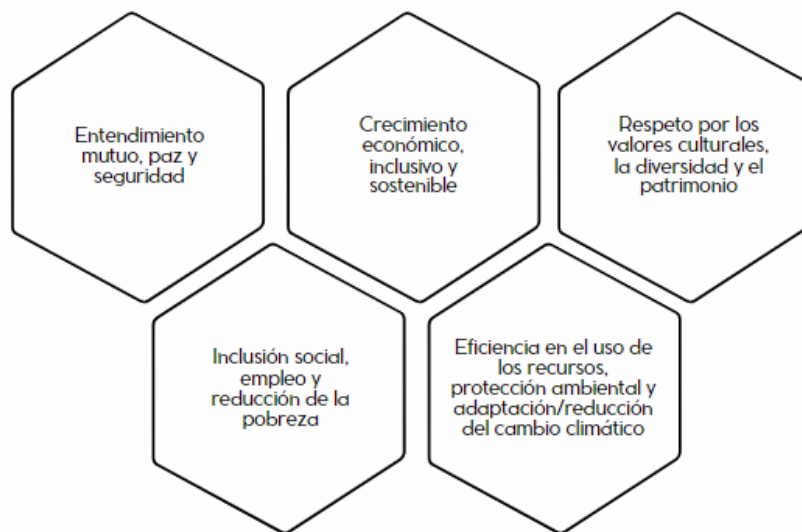
7. Marco Propositivo

7.1 Antecedentes de la propuesta

La propuesta está centrada en recopilar aspectos del territorio fundamentados a partir de los pilares del turismo responsable según la OMT e implementar el Design Thinking para el desarrollo de la propuesta final.

Gráfico 28:

Pilares del turismo responsable según la Organización mundial del turismo.



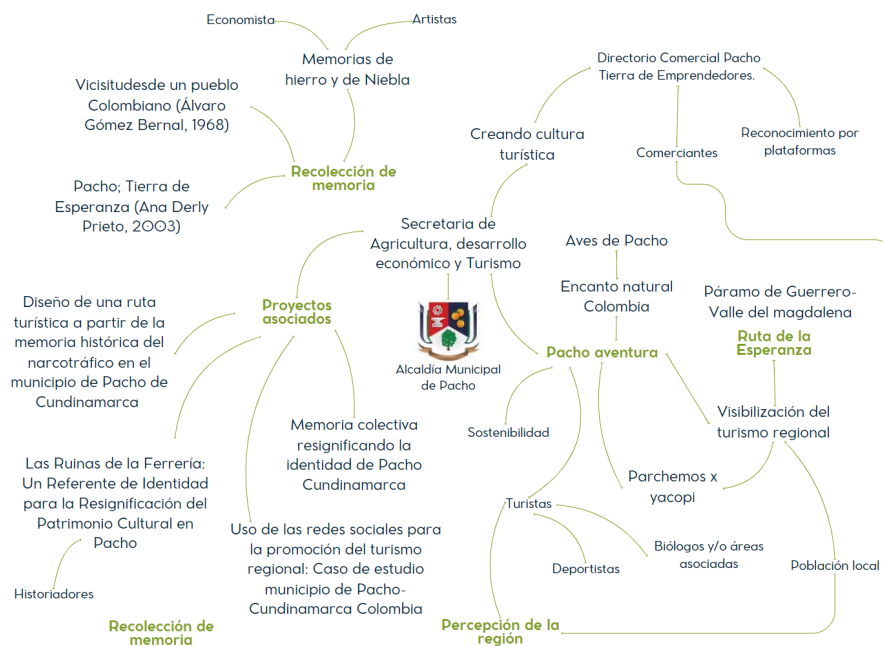
Fuente: Díaz & Leal (2016)

Los pilares del turismo sostenible permiten un desarrollo responsable de las actividades asociadas a este, teniendo en cuenta los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales se proyecta en un marco ético y práctico para el desarrollo de una industria turística que garantice la relación simbiótica entre los destinos turísticos como a las comunidades locales.

7.2 Desarrollo de la propuesta

La propuesta de turismo comunitario, participativo y experiencial se basó en la visión y los deseos de los locales sobre su territorio, de igual forma se tuvo en cuenta los proyectos existentes con relación al territorio y los intereses de los turistas y la población Pachuna sobre el reconocimiento del sector histórico, gastronómico y ecológico.

Gráfico 29:
Antecedentes de estrategias turísticas en Pacho Cundinamarca.



Fuente: Elaboración propia

Partiendo de lo anterior, se presenta la gráfica #21 donde se evidencian proyectos y experiencias que han sido desarrolladas a partir del territorio y han sido compartidas como estrategias de reconocimiento con el apoyo de la alcaldía local. Los proyectos que se destacan inicialmente han sido los textos que recopilan la cronología histórica del municipio y sus alrededores, de igual forma presenta actores interesados en el territorio desde sus intereses como lo son economistas, deportistas y/o historiadores.

Uno de los proyectos más relevantes que promueve el turismo es “creando cultura turística en Pacho” donde su objetivo se basa en fomentar el sentido de pertenencia y el rescate de las raíces, la historia, las tradiciones y la cultura del pueblo pachuno donde posiciona a Pacho como un destino turístico de Paz, en el que se involucre a la comunidad hacia un turismo más sostenible, sin embargo a pesar del planteamiento del planteamiento de la propuesta, no logro culminarse ni llevarse a cabo a causa del cambio de administración, por lo que en 2028 en proyecto fue dejado en el olvido.

Actualmente la alcaldía ha implementado en su web un apartado dirigido al turismo, sin embargo la información no ha sido actualizada desde el año 2018, lo que ha ocasionado que visitantes no consideren el potencial turístico completo de la región y de igual forma no se logre contactar con promotores turísticos que les proporcione una exploración del territorio más completo; por otro lado, a pesar de contar con diversos recursos agrícolas aprovechados en la gastronomía local no se cuentan con una promoción establecida, por lo que su reconocimiento es escaso si no se cuenta con un recorrido guiado por locales.

A partir de ello, se evidencio que el turismo comunitario va en aumento, sin embargo, no se cuentan con las estrategias necesarias para darse a conocer y ofertar sus servicios, ya sean turísticos, gastronómicos o históricos. A pesar de contar con registros donde se recopila la historia de Pacho, estos están orientados principalmente hacia la población local y no generan mayor interés en los turistas e incluso, en los residentes más jóvenes al ser textos “extensos”, que no permiten ser leídos en un periodo corto de tiempo.

7.3 Trabajo de campo

Gráfico 30:
Acompañamiento en rutas guiadas por PachoAventura

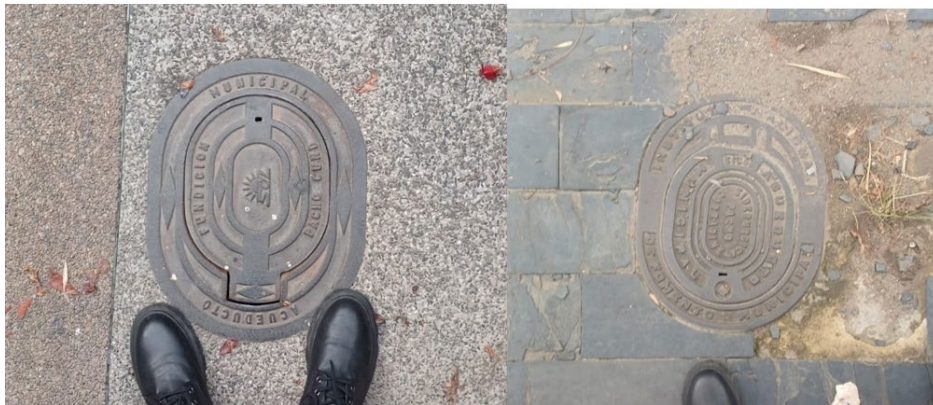


Se observan dinámicas en contexto, reacciones al discurso de guianza, relatos e interrogantes que surgen por parte del espectador. Durante la entrevista (anexo 3) se resaltan puntos de interés para la comunidad y el turismo.

El recorrido realizado al circuito de las Tapias y el salto de Veraguas se realizó en compañía de PachoAventura, una de las empresas pioneras en el desarrollo turístico de la región, que se ha encargado de dar a conocer los lugares naturales de Pacho de una manera dinámica, en la que ha buscado el reconocimiento de la población local en el área turística. Actualmente se están implementado estrategias para incentivar el interés de la comunidad local a través de avistamiento de aves y recorridos guiados de forma gratuita cada cierto tiempo.

Gráfico 31:

Análisis de cambios evidenciados en la industria metalúrgica a partir de diseños



Uno de los puntos que pasa por alto en cualquier lugar de Colombia, son las tapas de alcantarillado y es impresionante como Pacho aún sigue presente en miles de estas fundiciones ubicadas en Bogotá y diversas ciudades del país, representa un factor importante de la industria siderúrgica Colombiana que muy pocos reconocen o genera o detallan, pero que sin día recorren a diario, principalmente en la zona central de la capital.

Gráfico 32:
Degustación de productos locales (helado de Cidron y Cubios)



La gran mayoría de productos locales conservan recetas que han sido transmitidas de generación en generación y han sido fabricados con productos agrícolas producidos en las zonas rurales del municipio dependiendo de las zonas de cosecha. Debido a la presencia de diversas altitudes, los sabores de la producción de frutos varían según la zona cultivada, mientras que las zonas de cosecha siempre se alternan entre las veredas existentes, lo que posiciona a Pacho con un alto potencial agrícola y una amplia diversidad de productos.

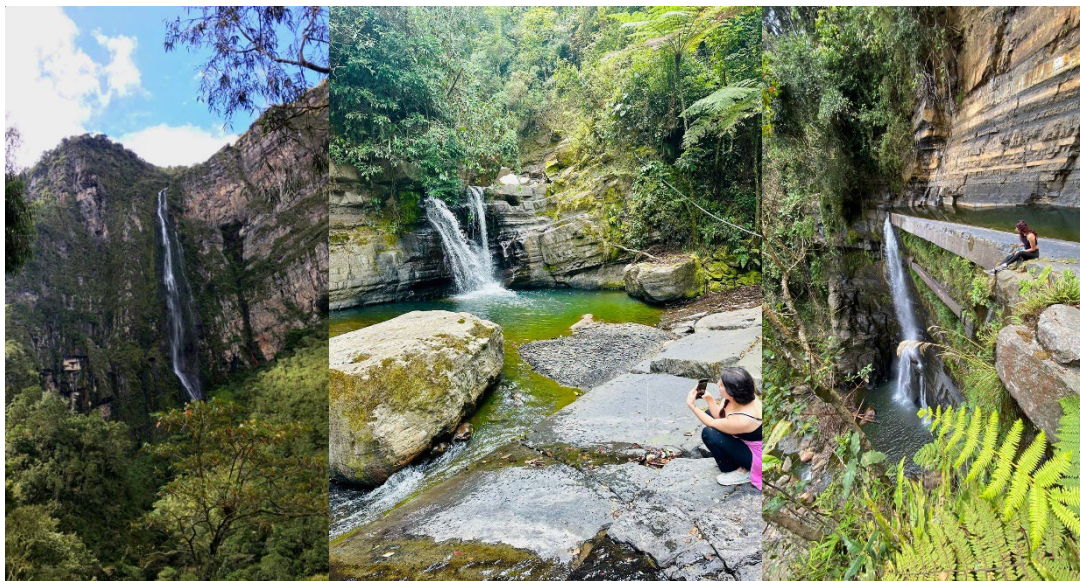
Gráfico 33:
Análisis de procesos comerciales y sistema de venta de productos locales.



Los productos locales en su mayoría son comercializados en Supermercados o en centros artesanales como el Tacuara, sin embargo, varios visitantes se encuentran intrigados

por conocer más de su producción o ubicación y a pesar de que en su mayoría cuentan con experiencias en torno al producto, no se logran evidenciar al momento de compra, por lo que su historia queda interrumpida y el visitante pierde cierto interés en el producto. Otro caso que se presenta es la desinformación de los puntos en que se oferta cada producto, lo que dificulta la planeación de una ruta por parte del visitante.

Gráfico 34:
Búsqueda de intereses del turista a partir de planes turísticos ofertados



Los turistas suelen preferir rutas personalizadas según sus intereses, mencionan como un territorio debe ser explorado en compañía de locales para vivir la experiencia de visita completa. Durante las rutas se despiertan dudas que son retroalimentadas a partir de las leyendas y los “dichos” pachunos que caracterizan a la población y generan curiosidad en los visitantes.

Gráfico 35:
Estado de conservación del horno de la Ferrería.



Aunque las propuestas asociadas al rescate de la historia de hierro de Pacho son buenas, los trabajos se encuentran detenidos por lo que el Horno de la ferrería pareciera haber sido olvidado, al igual que su significado.

7.4 Público Objetivo

7.4.1 Identificación de público

A partir de las herramientas anteriores y la observación se definen 2 tipos de público objetivo con distintos enfoques:

1. **Turistas:** Se identifican 4 tipos de turistas en el contexto:

- Turista de aventura: En busca de actividades emocionantes y desafiantes en entornos naturales o culturales, suele estar al aire libre, busca explorar lugares nuevos y salir de su zona de confort
- Turista de naturaleza: Similar al turista de aventura, este busca estar experimentar y estar en contacto con la naturaleza en sus diversos entornos, prefieren destinos donde se pueda disfrutar de la biodiversidad, los paisajes naturales y las actividades al aire libre como senderismo y avistamiento de aves.

- Turista cultural: Su interés es explorar y experimentar la cultura, la historia y las expresiones artísticas de un destino. Busca comprender y apreciar las tradiciones, costumbres, arte, música, arquitectura, danza y gastronomía de la región que visita.
- Turista de ocio: Su objetivo principal es relajarse, divertirse y disfrutar de actividades recreativas durante sus vacaciones o tiempo libre. Busca escapar de la rutina diaria y disfrutar de experiencias placenteras en el territorio.

2. **Población local:** Se identifican 2 tipos de actores de interés:

- Comerciantes/emprendedores: Es quien inicia y dirige su propio negocio, quien desarrolla un plan de negocio y asume riesgos financieros y personales para crear y ejecuta una idea. En este proyecto, muchas de estas iniciativas se desarrollan como proyecto familiar y son el sustento principal para el hogar.
- Guías turísticos: Su responsabilidad se basa en liderar y acompañar a grupos de turistas durante sus viajes, proporcionándoles información, orientación y asistencia en los diversos lugares, rutas y actividades turísticas.

7.4.2 Proto-personas:

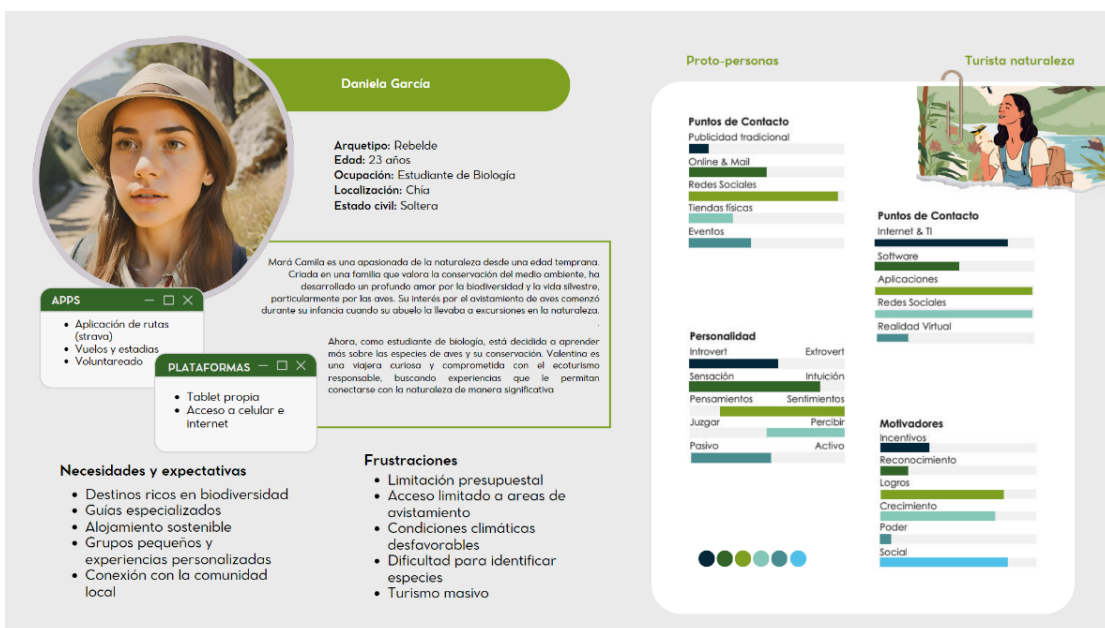
El desarrollo de las proto-personas permite crear hipótesis y diseñar estrategias acordes al público. Permite conocer de la población y buscar puntos de interés para la investigación. En este proyecto, el diseño de proto-personas se realiza a partir de observación y testimonios proporcionados por guías del territorio, luego, las imágenes son generadas por inteligencia artificial a partir de sus descripciones.

Gráfico 36:
Protopersona turista de aventura



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Gráfico 37:
Protopersona turista de naturaleza



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Gráfico 38:
Protopersona turista de ocio



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Gráfico 39:
Protopersona turista cultural



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Como conclusión se puede evidenciar que, a pesar de ser turistas diversos, todos comparten puntos de interés orientados a la naturaleza y el sistema cultural de la región, ya sea para explorar, disfrutar o descansar. Son personas jóvenes que cuentan con acceso a plataformas y aplicaciones que ayudan a expandir sus rutas de interés y puede usarse como

su principal fuente de búsqueda de información antes, durante y después de visitar el territorio.

Gráfico 40:
Protopersona guía de turismo



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Gráfico 41:
Protopersona productor local



Elaboración propia a través de Adobe Firefly

Con esto se evidencia que tanto los productores locales como los proveedores de servicios turísticos enfrentan desafíos similares en la promoción y el reconocimiento de sus servicios. Sin embargo, ambas partes actúan como apoyo entre sí, lo que genera un mutuo reconocimiento entre la población local y los turistas, reforzando la importancia de la colaboración y la cooperación para lograr un turismo más inclusivo, auténtico y sostenible.

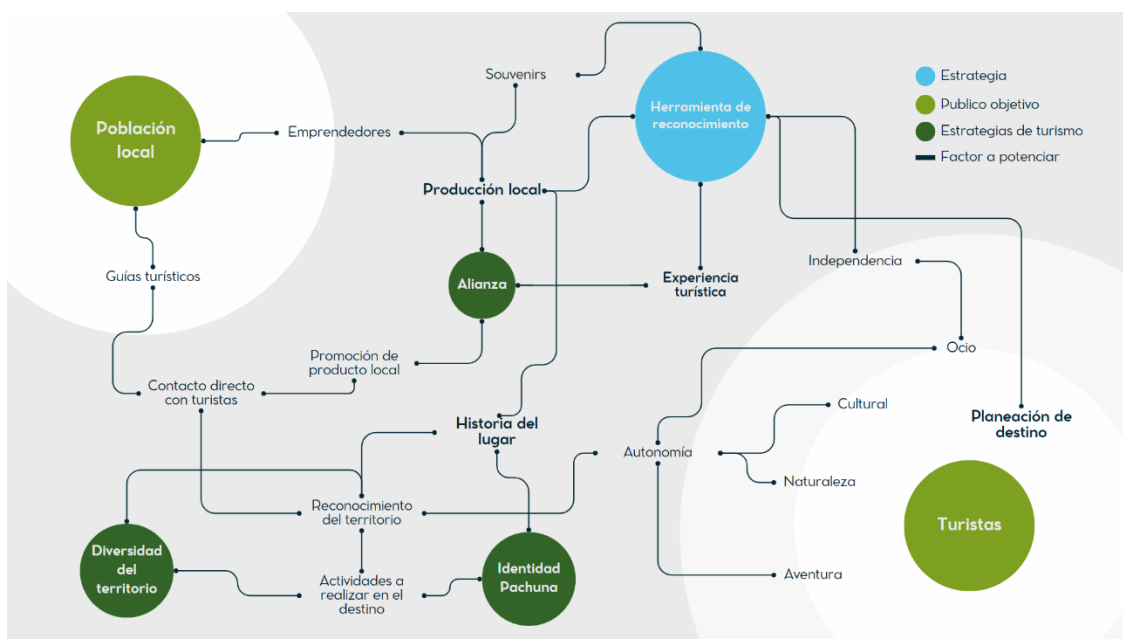
7.5 Ideación

En el proceso de ideación se tiene en cuenta las estrategias existentes y los recursos usados actualmente para la promoción del turismo en Pacho Cundinamarca.

El turismo comunitario se ve expuesto en las alianzas existentes que surgen a partir de los recorridos realizados por guías turísticos y que actúan de souvenirs o experiencias para los visitantes mediados a partir de relatos que marcan la identidad Pachuna.

A partir del diseño de la experiencia turística propuesta en este documento, se pretende dar a conocer las potencialidades del territorio donde se reconozca la historia del territorio, su producción local e identidad. Este enfoque pretende dar al turista una comprensión más profunda del destino y servir como herramienta para planificar, reconocer y recorrer el lugar de forma dinámica. Además de actuar como herramienta de promoción para la población local, busca que esta experiencia proporcione una interacción directa con los visitantes y les permita conocer de procesos y experiencias únicas que enriquezcan su estadía.

Gráfico 42:
Relaciones de dinámicas turísticas potenciales.



Elaboración propia.

En la gráfica se evidencian las relaciones básicas en las que se genera el fenómeno turístico en la región según los comentarios proporcionados por habitantes del municipio, en las que varias partes coinciden en la falta de reconocimiento de aspectos relacionados a la historia y el potencial gastronómico de Pacho, sin embargo, se rescatan las alianzas que el pueblo ha creado para ofertar sus productos de una forma colaborativa que representa el punto base de un turismo comunitario.

7.6 Diagnostico formativo

7.6.1. Análisis Plan de estudios

Las asignaturas propuestas y cursadas según el Pensum han permitido el desarrollo de habilidades que fortalecen el perfil de diseñador integral. A continuación, se presenta un análisis del formativo a partir del pensum planteado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano:

Gráfico 43:
Plan de estudios Diseño Industrial UTADEO.

Asignatura	N° créditos	Asignatura	N° créditos
Fundamentación básica		Fundamentación específica	
Historia de las artes y el diseño	3	Proyecto de diseño industrial VII	8
Pensamiento espacial	3	Representación del diseño industrial I	2
Procesos de creación en las artes y el diseño	3	Representación del diseño industrial II	2
Semiótica en las artes y el diseño	3	Representación del diseño industrial III	2
Teorías de las artes y el diseño	3	Teorías del diseño industrial I	3
Visualización en las artes y el diseño	3	Teorías del diseño industrial II	3
Fundamentación específica		Teorías del diseño industrial III	3
Diseño e innovación I	3	Examen de seguimiento. Diseño industrial	0
Diseño e innovación II	3	Opción de grado I: investigación proyecto grado	8
Emprendimiento en industrias culturales y creativas	3	Opción de grado II: curso proyecto de grado	8
Factores humanos I	2	Fundamentación humanística	
Factores humanos II	2	Ética, ciudadanía y paz	2
Factores humanos III	2	Humanidades I	2
Procesos del diseño industrial I	2	Humanidades II	2
Procesos del diseño industrial II	2	Humanidades III	2
Procesos del diseño industrial III	2	Idioma extranjero	
Proyecto de diseño industrial I	6	Inglés A1	2
Proyecto de diseño industrial II	6	Inglés A2	2
Proyecto de diseño industrial III	6	Inglés B1	2
Proyecto de diseño industrial IV	8	Electivas	
Proyecto de diseño industrial V	8	Electivas artes y diseño	9
Proyecto de diseño industrial VI	8	Pensamiento matemático en artes y diseño	3
Total créditos		146	

IDIOMA INGLÉS: Los estudiantes que a su ingreso al programa demuestren el nivel de inglés B1 según el Marco Común Europeo, dedicarán estos créditos a la profundización del estudio en este o en otros idiomas, según su preferencia y de acuerdo con la oferta de la Universidad.

EXAMEN DE SEGUIMIENTO: Cada programa realizará exámenes orientados al seguimiento académico de sus estudiantes, cuyos resultados deben servir para retroalimentar el Programa, a las metodologías de enseñanza-aprendizaje y al plan de mejoramiento.

La Universidad se reserva el derecho de realizar los ajustes necesarios en el convenio y las homologaciones de programas.

Fuente: Universidad Jorge Tadeo Lozano (2023)

La fundamentación básica de las Artes y el Diseño proporcionaron las herramientas iniciales para el desarrollo del pensamiento en Diseño. Inicialmente procesos de creación permitió el desarrollo de la creatividad a partir de la materialidad y el reconocimiento de propiedades de los materiales básicos, proporciono un primer acercamiento a la viabilidad de propuestas. Por otro lado, pensamiento crítico y visualización en las artes y el diseño establecieron criterios para el análisis, la evaluación y comprensión de información de una forma objetiva y reflexiva en dimensiones tangibles (3d) y digitales (2d). De igual forma,

semiótica fue un pilar importante para el desarrollo de análisis y la interpretación de información a través de la observación, al igual que Historia de las Artes, permitió el reconocimiento de conceptos fundamentales en el diseño. Finalmente, teorías proporciono herramientas para permitir el desarrollo de un diseño crítico y reflexivo que tenga en cuenta diversos aspectos que conformen la complejidad de una propuesta final eficaz y eficiente.

En cuanto a los talleres básicos, 1,2 y 3 permitieron reconocer las bases del diseño formal y funcionalmente para orientar la formación hacia los puntos de interés representados en las 3 rutas expuestas para posteriormente cursar el taller deseado. En este caso Actividad y objeto, fue ese punto inicial en el que su enfoque se basó en el análisis de usuario y actividades; partiendo de una temática establecida (minería de socavón) se buscó una oportunidad de diseño según los requerimientos establecidos por el usuario (positiva). Este taller fue llevado a cabo virtualmente debido a la pandemia, lo que permitió el desarrollo de habilidades orientadas hacia la representación, en este taller se aprendió programas de modelado (fusión 360) para la representación de propuestas, el planteamiento de ensamblajes implementados en producto para evaluar sus niveles de resistencia según pruebas mecánicas simuladas.

Fibras naturales e innovación social fue el segundo taller cursado, en el que se ejecutaron 3 proyectos fundamentados en la co-creación con la población artesana de Santander. Para este caso, los 3 proyectos se dieron a partir de la experimentación con el fique; se planteo y se desarrollo un material de aglomerado de mota de fique con pruebas de resistencia favorables para el uso de empaques. Este material debido a sus propiedades se decidió implementar en la línea de joyería, creando una fusión con las técnicas empleadas en fique y siendo desarrollada por una artesana local. En cuanto al proyecto de innovación social se planteo alternativas de fabricación de este material para ser implementado en territorio y evidenciar el aprovechamiento de la fibra natural en campos que potencien sus propiedades, permitiendo que nuevas generaciones se vean interesadas en temas asociados al fique y el área artesanal.

El tercer taller fue vida y territorio, donde se proporcionaron herramientas para el reconocimiento del contexto y su intervención en las problemáticas evidenciadas en territorio usando la biónica como metodología de diseño, se orientó el proyecto hacia las abejas y su relación con la contaminación de colillas en la zona central de Bogotá.

Mediaciones fue el cuarto taller cursado, en el que se enfocó hacia el diseño de experiencias y la relación con el usuario, aquí se destacó el uso de herramientas de análisis como storyteeling, Journey Map y protopersonas, con el fin de evaluar acciones y reconocer aspectos de interés en los usuarios. De igual destaca el uso de medios digitales como Figma para la simulación y comprobación de las propuestas ejecutadas.

Al finalizar los talleres, se cursó IPG prácticas en la que se trabajó en territorio con la población de Soacha, enfocada en el museo arqueológico de Soacha donde se tuvo la oportunidad de identificar oportunidades a partir de la observación y los testimonios proporcionados por la comunidad. A partir del análisis en contexto se generaron propuestas más próximas al contexto y a sus necesidades, además de fortalecer habilidades en el desarrollo de producto en todas sus etapas (planteamiento de propuestas, desarrollo de planos técnicos, conocimiento de materiales, comprobaciones...)

A continuación, se presenta una gráfica donde se evidencian las habilidades adquiridas en cada taller según el PEPA, de esta forma se identifican vacíos y potenciales desarrollados a lo largo de la carrera.

Gráfico 44:
Análisis de diagnóstico formativo según el PEPA



Elaboración propia a partir del PEPA.

A través de esta grafica se logra evidenciar el potencial en habilidades asociadas al planteamiento de objetivos, el desarrollo de propuestas y el prototipado de propuestas. De igual forma el empleo de métodos y herramientas representa un pilar fundamentación en la ejecución de cada uno de los proyectos a lo largo de la carrera.

A causa de la virtualidad se presentar diversos vacíos, principalmente en los talleres iniciales donde uno de las habilidades menos desarrolladas es la determinación de oportunidades y el desarrollo de comprobaciones debido a la emergencia que presentaba el mundo en esos momentos. De igual forma, el desarrollo de las especificaciones de diseño resultó un reto a causa del tiempo limitado de cada proyecto, por lo que solo los proyectos trabajados en contexto lograron desarrollar y culminar con satisfacción este factor.

De igual forma, las habilidades adquiridas en la demás fundamentación específica, representa un eje central en el planteamiento y ejecución de propuestas viables, donde se tienen en cuentas aspectos ergonómicos, antropométricos y la interpretación de datos cualitativos y cuantitativos aprendidos en el área de factores humanos. Representación fue

fundamental para la visualización de propuestas a partir de herramientas de bocetación, modelado y renderizado, e interpretación y desarrollo de planos técnicos específicos que se han implementado en cada uno de los proyectos hasta el momento. Por último, el área de procesos permitió el acercamiento y la experimentación con materiales y procesos, donde se secciono en procesos industriales y artesanales para el cumplimiento de requerimientos en las propuestas llevadas a cabo.

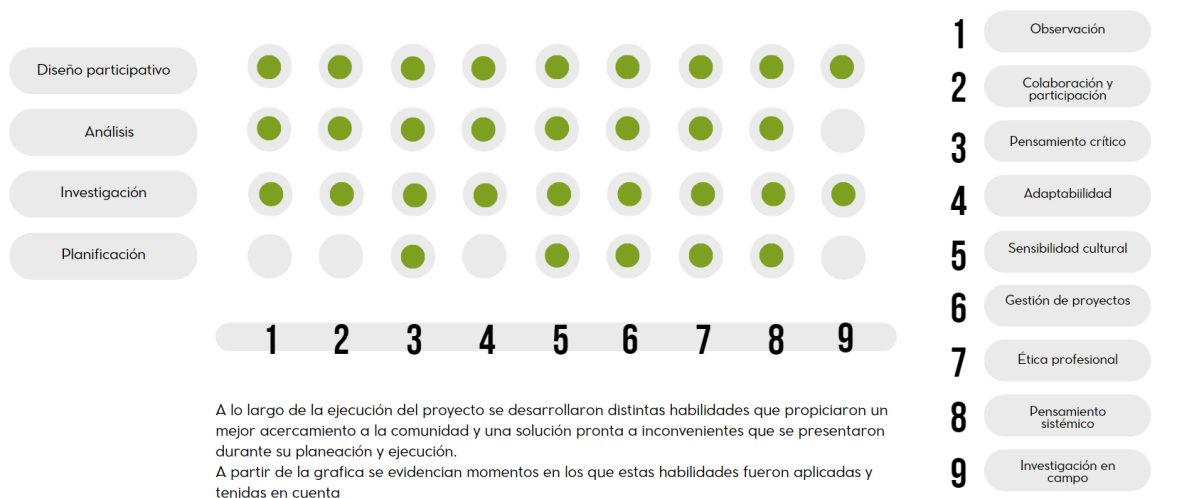
7.6.2. Habilidades aplicadas

Teniendo en cuenta las habilidades adquiridas a lo largo de la carrera, se realiza un análisis de como estos conocimientos fueron aplicados en la ejecución de este proyecto y de igual forma se proyectan las habilidades adquiridas y potenciadas en la propuesta final.

Gráfico 45:

Análisis de habilidades potenciadas en el desarrollo del proyecto

DIAGNOSTICO FORMATIVO



Elaboración propia a partir de la evolución de la propuesta final

Sin duda, los proyectos realizados en contexto proporcionaron herramientas más cercanas en cuanto a la metodología empleada y las herramientas diseñadas para la búsqueda de información, definición de variables y la ejecución del proyecto final. La educación integral proporcionada a lo largo de la carrera ha permitido afrontar los desafíos presentados en territorio de manera más eficiente y adaptativa, donde uno de los principios

reforzados durante la trayectoria de la carrera ha sido las metodologías que involucren estrategias de co-creación.

Como se observa en la gráfica anterior, las habilidades de investigación y estrategias de diseño participativo desarrolladas en la carrera fueron indispensables para cada etapa en la que fue desarrollado el proyecto, de igual forma al trabajar de la mano con la comunidad nuevas habilidades fueron descubiertas durante el trabajo de campo y la planeación de la propuesta final de las cuales destaca el pensamiento crítico y el pensamiento sistémico al momento de planear y estructurar el proyecto. De esta forma se logro reconocer patrones, identificar relaciones y comprender las dinámicas desarrolladas en territorio, para evaluar como una parte del sistema es capaz de afectar otras partes. Además los procesos de observación permitieron clave para la identificación de dinámicas y comportamientos desarrolladas por turistas y locales, que permitió determinar los puntos críticos en los cuales se pudo intervenir.

7.7 Estructura de la propuesta

7.7.1 Posibles escenarios de proyecto

Teniendo en cuenta el análisis planteado en el diagrama de relaciones y el análisis de las herramientas de investigación se determinan 2 oportunidades de diseño:

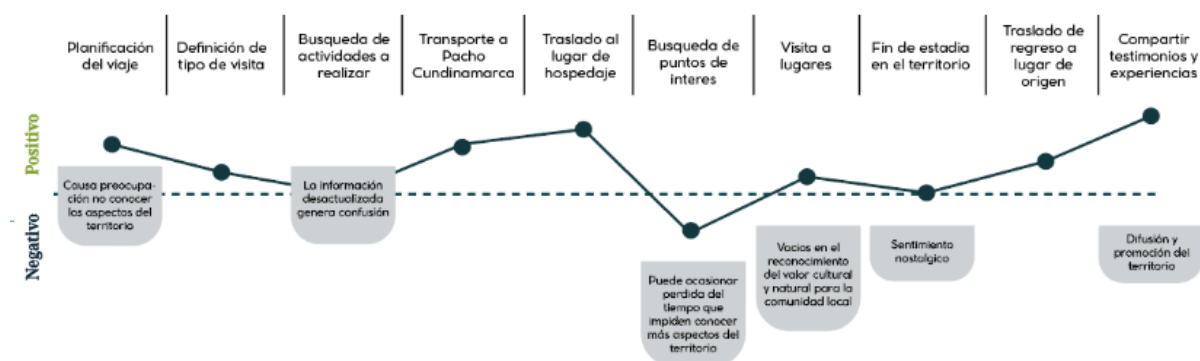
El primero establece como el tiempo limitado para explorar el territorio Pachuno representa un obstáculo en la búsqueda y ejecución de actividades de interés, provocando retardos e inconformidades en cada una de las experiencias además de que no se genera una conexión entre territorio y turistas que permita establecer los valores culturales e históricos de cada espacio.

Según la información presentada los puntos críticos se evidencian al momento de la búsqueda de información del destino, debido a que la información suministrada a través de plataformas digitales se encuentra desactualizada y no cuenta con aspectos llamativos que inviten a recorrer el territorio, por lo que en su mayoría las personas suelen visitar los mismos

lugares, desconocimiento partes esenciales de la identidad y la historia pachuna, si no se recorre en compañía de locales.

Otro punto esencial se sitúa al momento final de la estadía en el territorio, durante el cual, las personas suelen comprar souvenirs y/o productos que representen la región y aseguren un recuerdo de su estadía como parte culminante de la experiencia.

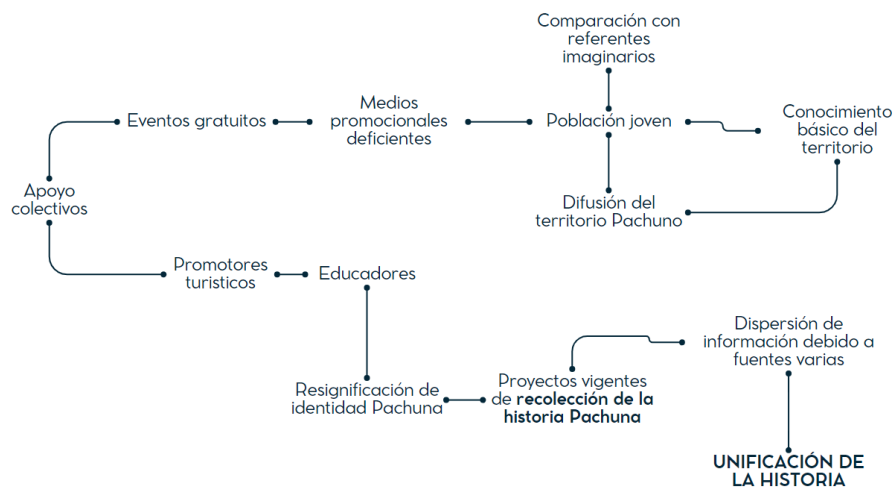
Gráfico 46:
Desarrollo de tourist journey



Elaboración propia

Como segundo escenario, se evidencia como gran parte de la población, en su mayoría jóvenes menores de 28 años, aseguran que la percepción del municipio no es buena, por lo que no suelen recomendar el territorio debido a su relacionamiento directo con Gonzalo Rodríguez Gacha, una de las causas se centra en la falta de interés por recorrer su propio territorio, lo que ha provocado que la historia del origen de Pachocundo y sus tradiciones se estén quedando olvidadas. A pesar de contar con actividades gratuitas ofertadas por promotores turísticos en el que se incentiva al recorrido del municipio mediante varias estrategias de interés, como avistamiento de aves y senderismo, sus estrategias de promoción son limitadas y a pesar de que su asistencia ha ido en aumento debido a los testimonios y fotografías proporcionados por asistentes, no representa un factor de interés para la comunidad.

Gráfico 47:
Análisis de escenario de proyecto



Elaboración propia

7.7.2 Planteamiento de la propuesta.

Partiendo del análisis de los posibles escenarios, se determina un aspecto deficiente en la promoción de las estrategias de turismo actual, en la cual los turistas no logran definir sus rutas o resultan limitadas para la extensión del territorio y la limitación del tiempo de estadía, lo que impide que la historia de los lugares no sea contada; además de que la población local desconoce de los potenciales y experiencias ofertadas en el territorio y no reconoce la oferta de alianzas existentes en la región.

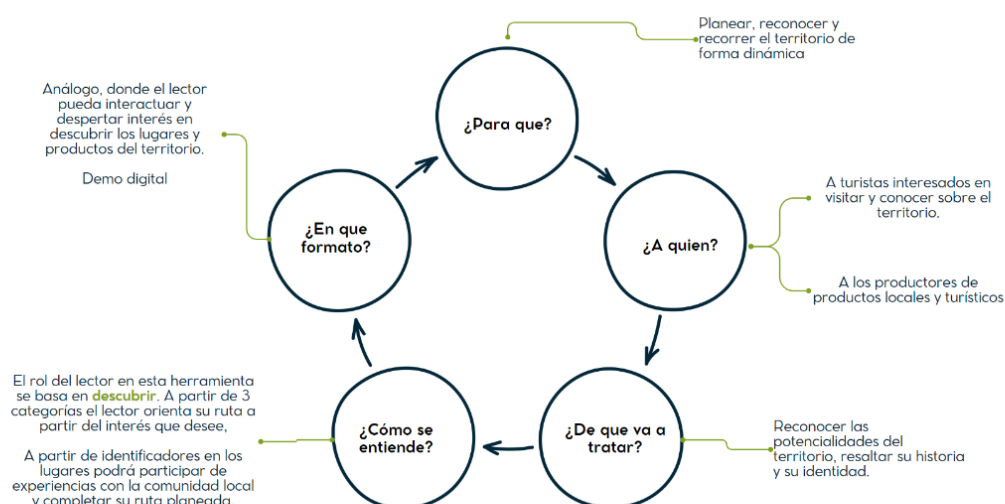
La propuesta se focaliza como estrategia de promoción turística y se fundamenta en una guía turística ilustrada que actúe como mediador de experiencias en el territorio. La guía está diseñada a partir de los conceptos planear, reconocer y recorrer el territorio para fortalecer el turismo comunitario existente en la zona.

Esta guía cuenta con un lenguaje comprensible y dinámico que permite ser leído sin orden establecido y que invita al lector a recorrer cada uno de los lugares significativos de Pacho, a través de su historia, sus imágenes y su gente. La guía esta propuesta para ser recorrida en compañía de la población local, por lo que su información se focaliza en el reconocimiento del lugar y los productos ofertados, para que al asistir a cada una de estas

experiencias la información sea suministrada por la comunidad que oferta el servicio y sus experiencias sean las protagonistas de su recorrido.

Al proporcionar la opción de establecer una ruta de la mano con la comunidad y que se adapte a los intereses del turista permite otorgar una distribución favorable en el itinerario del visitante que posibilite el recorrido de más lugares en menos tiempo y de forma ordenada, garantizando que la información sea proporcionada de manera satisfactoria y que al finalizar logren conservar un pedazo del territorio que actúe como propuesta de promoción.

Gráfico 48:
Diagrama de planteamiento de objetivos



Elaboración propia a partir de los modelos de coaching.

La ilustración destaca como recurso principal de la guía, actúa como elemento de comunicación que estimula la imaginación y desempeña el papel de terapia visual. El poder de lo visual radica en su habilidad para evocar emociones, recuerdos, sentimientos y pensamientos que permiten escapar del estrés y la rutina diaria. De igual forma la ilustración es capaz de afectar nuestras decisiones y comportamiento dependiendo de su configuración, texturas y color.

La ilustración se evidencia como herramienta principal de comunicación debido a que el ser humano es capaz de procesar las imágenes 6000 veces más rápido que el texto como lo demuestra un estudio realizado por científicos del M.I.T. (Massachusetts Institute of Technology) en el que se indica que el cerebro humano es capaz de procesar imágenes en solo 13 milésimas de segundo donde el 80% de la información visual es recordado comparado con el 20% de información recordada a través de textos.

El cansancio y el estrés proporcionado por la rutina buscan que el visitante busque momentos de relajación y liberación de tensión, por lo que las personas encuentran una grata relación con las imágenes a comparación de textos, que requieren menor esfuerzo de comprensión y causan un mayor interés en el ser humano.

7.7.3 Componentes de la propuesta

7.7.3.1 Identificador de promotor:

Los visitantes podrán reconocer los lugares y productos que hacen parte de las alianzas existentes, a partir de un identificador físico ubicado en sus establecimientos y lugares en que se oferten sus productos. De esta forma se asegura el apoyo a establecimientos locales y se impulsa un turismo comunitario más consciente.

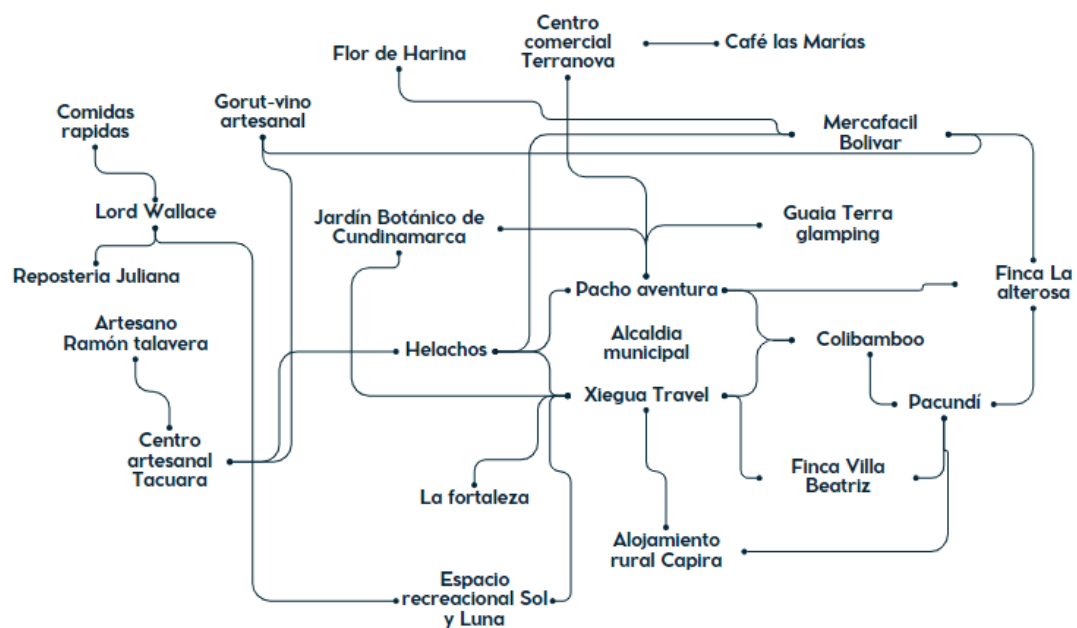
Gráfico 49:
Identificadores de promotor



Ilustración propia

En la gráfica 50 se evidencian las alianzas establecidas a partir de promotores turísticos y comerciantes de producción local, Estas alianzas pretender ser implementadas en la versión de comprobación final, la cual evaluara dinámicas y proyecciones a corto tiempo.

Gráfico 50:
Alianzas turísticas evaluadas



Elaboración propia

7.7.3.2 Piezas de identidad:

Representan aspectos característicos que componen el territorio y la identidad Pachuna. A lo largo de la ruta planeada se pueden localizar lugares que hacen parte de las alianzas descritas anteriormente, en cada punto será entregada una pieza, las cuales mantienen una misma estética que invita a ser coleccionados y al finalizar el recorrido el usuario podrá apreciar la composición del territorio geográfico del municipio en el que se plasman 22 símbolos, productos y/o servicios característicos de la región.

Gráfico 52:
Guía ilustrada- Portada propuesta final

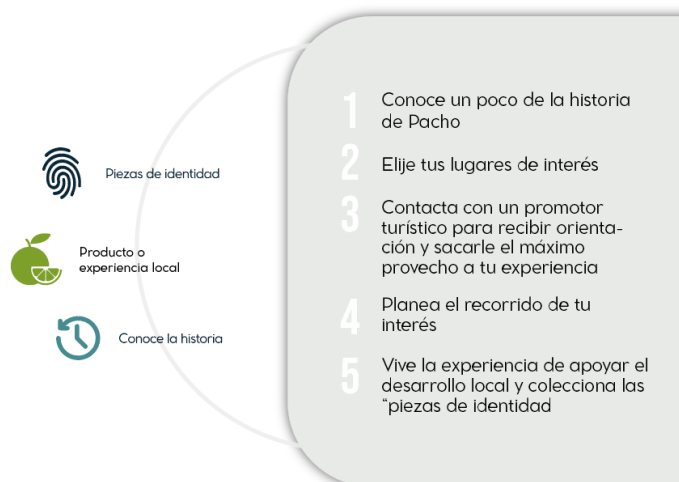


Ilustración propia tipo mockup a través de Photoshop

7.7.4 Convenciones

Las convenciones en esta guía actúan como rutas que le proporcionan al lector información de fácil identificación y le permite navegar y planear sus actividades de acuerdo a sus intereses. De esta forma se identifican los productos locales, las experiencias y servicios ofertados por la comunidad y los fragmentos históricos que acompañan cada espacio natural, De igual forma se presenta la convención de “piezas de identidad” que permite crear un seguimiento de la ruta diseñada por el usuario y acompañada por la población local, de esta forma cada guía representa un recorrido único personalizado para cada visitante que desde el inicio plantea la secuencia para ser aprovechada de la mejor manera.

Gráfico 53:
Convenciones y secuencia de planificación de rutas turísticas



Fragmento de propuesta final del libro- Elaboración propia

7.7.5 Mockup

En esta sección se realiza una aproximación digital de la propuesta de Guía turística ilustrada en la que se pretende representar aspectos claves que construyen la identidad Pachuna y que fueron proporcionados a través de la encuesta realizada a la población local.

Gráfico 54:
Visualización propuesta final de guía ilustrada- Portada



Ilustración propia tipo mockup a través de Photoshop

7.8 Comprobaciones

7.8.1. Comprobación literal

En esta etapa se plantean 2 propuestas de portada, el cual actúa de principal atrayente hacia el producto final.

Las imágenes son presentadas a las personas no locales y locales con el fin de identificar cual es más atractiva y cual considera es el tema principal de la estrategia propuesta.

Gráfico 55:

Visualización de variaciones de propuesta gráfica



Ilustración propia tipo mockup a través de Photoshop

A partir de esta comprobación se logro determinar que los símbolos patrios propuestos en la portada no generan un factor que atrae al lector, sin embargo, los elementos de flora y fauna permiten generar curiosidad en el espectador. Los tonos cálidos y el contraste con detalles en tonos fríos proporcionan un balance a la imagen que aunque saturada permite la identificación de los lugares propuestos.

Por último, se proponen cambios figurativos en las ilustraciones asociadas a fauna y flora y se plantea la incorporación de elementos asociados a los orígenes indígenas del territorio partiendo de la primera propuesta.

7.8.2. Comprobación de secuencia

Para esta sección se plantean unas tablas de comprobación con aspectos esenciales para el desarrollo de la propuesta final, estos permiten identificar los fallos y las partes en que se presentan dificultades para continuar con la ruta planteada.

En esta comprobación únicamente se hace uso del prototipo de la guía inicial, que consideraba anaglifos como factor principal para la interacción de la propuesta y las fichas que pretenden ser coleccionadas.

En la siguiente gráfica se presentan las observaciones y conclusiones evidenciadas durante la trayectoria del

Gráfico 56:
Diagrama de relaciones de comprobación.

	Estético	Espacio/tiempo. Cuanto tiempo tomo entender la dinámica?	Cognitivo	Desarrollo	Fortaleza	Dificultad
Usuario 1	Los colores rojos desvían la atención de textos importantes	Fue difícil entender, los colores causaron conflicto y le dio pereza leer	Me gusta que sea un objeto que pueda guardarlo o ponerlo en cualquier lado y se vea bonito	Presenta problemas al asociar las imágenes con el texto.	Que sea un objeto tangible causa curiosidad que invita a conocer más.	Las ilustraciones planteadas desde los anaglifos se pierde completamente
Usuario 2	Algunas formas resultan muy agresivas	La idea es muy buena pero no se logró entender el cambio de colores o porque se uso la herramienta de anaglifos	Las formas y los colores permiten recordar la información	Aunque la actividad se ejecuta de manera favorable, se causan retardos y complicaciones al entender la dinámica inicial de la guía	Mediar la información a partir de ilustraciones permite asociar mejor la información y querer comparar los lugares para buscar similitudes con la ilustración.	Los distintos tipos de información en un lugar genera desorden en la página, es mejor separarlas.
Usuario 3	El formato no ocupa tanto espacio, pero la letra debería aumentar un poco o resaltarla de alguna forma	Tamó la experiencia como componentes separados que pueden ser ejecutados independientemente	Las imágenes incitan a leer los textos, es como si provocara una mejor concentración, cosa que no sucede con las páginas que contienen anaglifos	No se logró comprender la experiencia como un único elemento ya que los componentes no mantienen una línea clara que se asocie por colores, sistemas o formas.	Que el lector pueda definir su ruta es algo que causa interés, sería oportuno visualizar como se definió esa secuencia según el usuario.	Los datos importantes tienden a perderse con relación a la otra información, es mejor visualizar o resaltar eso de otra forma.

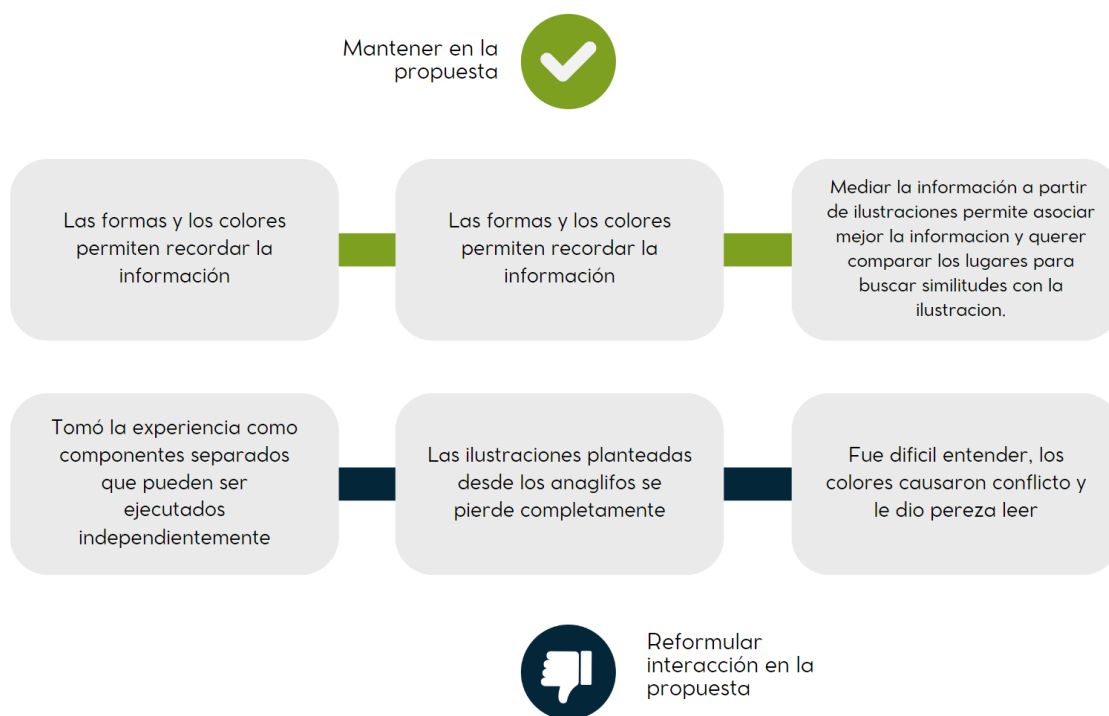
Elaboración propia

7.8.3. Comprobación de interacción

Al presentarse la propuesta de anaglifos en las ilustraciones se genera una confusión en la que el lector pierde interés al estar saturado con colores que generan un contraste dominante con la paleta de color del resto de la guía. Sugieren no ocultar la información y potenciar las demás interacciones propuestas. La población manifiesta un gran interés en las ilustraciones planteadas y demuestran como se relacionan con los textos

expuestos. Relatan que, al ser breves, pero no superficiales generan preguntas que la comunidad está dispuesta a responder y que al reconocer el trabajo de los escritores e historiadores se genera una red de apoyo que permite encontrar la información de una manera sencilla y permitir que más personas conozcan de estos textos. En cuanto a la promoción del comercio local manifiestan agrado a la idea de poder proveer algo que los turistas guarden y de igual forma funcionara para completar la interacción. La idea de coleccionable provoca que el lector se interese por conocer las demás piezas sin haberlas visto en un inicio, pero aseguran que debe haber un tipo de recopilación final que actúe como ruta planeada para el visitante.

Gráfico 57:
Requerimientos propuestos para la propuesta final



Elaboración propia a partir del análisis de las comprobaciones realizadas

7.9 Implementación

El proyecto pretende ser desarrollado en un periodo de 6 meses en los cuales se contemple la viabilidad del producto final a partir de su distribución a partir de los promotores académicos. Por

ello, se estipulan estas etapas o tiempos de ejecución en los que se permita cumplir con las expectativas de la población local y turística.

1. Evaluación de potencial del territorio y establecimiento de visión de desarrollo local
2. Análisis de productos potenciales desde la participación y las estrategias de promoción
3. Ideación de producto/experiencia y evaluación de impacto en territorio
4. Proyección y prototipado final para la definición de aspectos formales y funcionales
5. Proyección y aprobación desde la Alcaldía local y evaluación de su implementación

7.9.1. Propuesta presentada

A continuación, se recopilan las páginas que componen la primera edición presentada ante la Secretaría de Agricultura, Desarrollo económico y Turismo de Pacho Cundinamarca.

Gráfico 58:

Agradecimientos y créditos a la población local perteneciente al proyecto.

Todo el material ilustrado incluido en esta obra es completamente de la autoría de la diseñadora y fueron realizados con apoyos fotográficos compartidos por la comunidad local.
El proyecto registrado en estas paginas es de carácter académico hasta la fecha de Mayo 2024 y no pretende ser distribuido comercialmente. Úmplese como material de apoyo educativo tanto a turistas como a la población de Pacho, Cundinamarca.

Fuentes de Investigación:
Vistumbres de un municipio olvidado- Álvaro Gómez Bernal, 1968.
Pacho, Tierra de Esperanza - Ana Dery Prieto, 2003.
Memorias de Hierro y de Niebla - Patricia Correa, 2018.
Revista Pacho - José Vicente Romero Aporte

Aliados:
Pacho Juvenil - David Gargora
Jaque Travesé, Turismo comunitario
Secretaría Agricultura, Desarrollo económico y Turismo
José Vicente Romero Aporte

Documento académico
Se debe reconocer la autoría de este trabajo y se permite la creación de obras derivadas siempre que se mantenga la misma licencia. No se permite la comercialización de la obra original.

A mi tierra y a quienes me vieron crecer, a aquellos que buscan descubrir las maravillas de Pacho y para que quien la habite se sienta perteneciente a este territorio y a su historia, la ame, la respete y con orgullo se proclame pachuno(a).

Marisol Bustos

Elaboración propia

Gráfico 59:
Introducción a dinámica de interacción.

Estas preparado para vivir esta aventura?

Aunque todo este escrito,
Tu eliges la travesía y
Nosotros te acompañamos

En cada lugar te damos una historia por contar, tu misión es recopilaria y disfrutar

Planea tus sitios de interés aquí

Elaboración propia

Gráfico 60:
Guía de Lectura

Esta guía turística ilustrada nace como una herramienta de recopilación donde se busca fomentar el turismo comunitario en el municipio de Pacho Cundinamarca, pretende generar y fortalecer vínculos en el intercambio de información de una forma dinámica entre turistas y comunidad local.

Esta guía busca ser mediadora de experiencias turísticas ofertadas por la comunidad, donde el lector sea capaz de reconocer la historia y las vivencias que acompañan cada destino turístico de la región.

Se espera que cada experiencia se traduzca en un viaje memorable y transformador para todo aquel que se encuentre interesado en conocer de Pacho, tierra de esperanza.

GUÍA DE LECTURA

Tipo de lector:
Este manual esta dirigido a 3 tipos de lector:

- 1** La población local interesada en conocer y descubrir los encantos de su territorio.
- 2** El visitante interesado por conocer y recorrer la cultura de Pacho a través de sus lugares y sus sabores.
- 3** Al publico en general interesado sobre el territorio Pachuño.

Esta guía cuenta con un lenguaje comprensible y dinámico que permite ser leído sin orden establecido y que invita al lector a recorrer cada uno de los lugares significativos de Pacho, a través de su historia, sus imágenes, sus productos y su gente, de igual forma permite al lector intervenir en la construcción de esta guía, haciendo que cada ejemplar sea único y albergue recuerdos de un territorio mágico.

A través de esta guía se pretende reconocer la labor de personas que han aportado a la conservación de la cultura Pachuña a través de cada una de sus labores, emprendedores, guías turísticos, historiadores...

Utilicen este manual como herramienta para ofrecer narrativas y experiencias significativas que acompañen la trayectoria por todo el territorio de Pacho.

Esta guía esta dividida en 3 aspectos principales: Histórico, ecológico y gastronómico; que permite al lector identificar la información según su interés.

- Histórico
Narra los relatos existentes asociados al lugar o al producto turístico.
- Ecológico
Encuentra las actividades que puedes realizar en conexión con la naturaleza y en compañía de los promotores turísticos.
- Gastronómico
Conoce acerca de los productos locales, donde encontrarlo y participa de experiencias ofertadas por la comunidad para descubrir sorpresas que complementen tu estada.

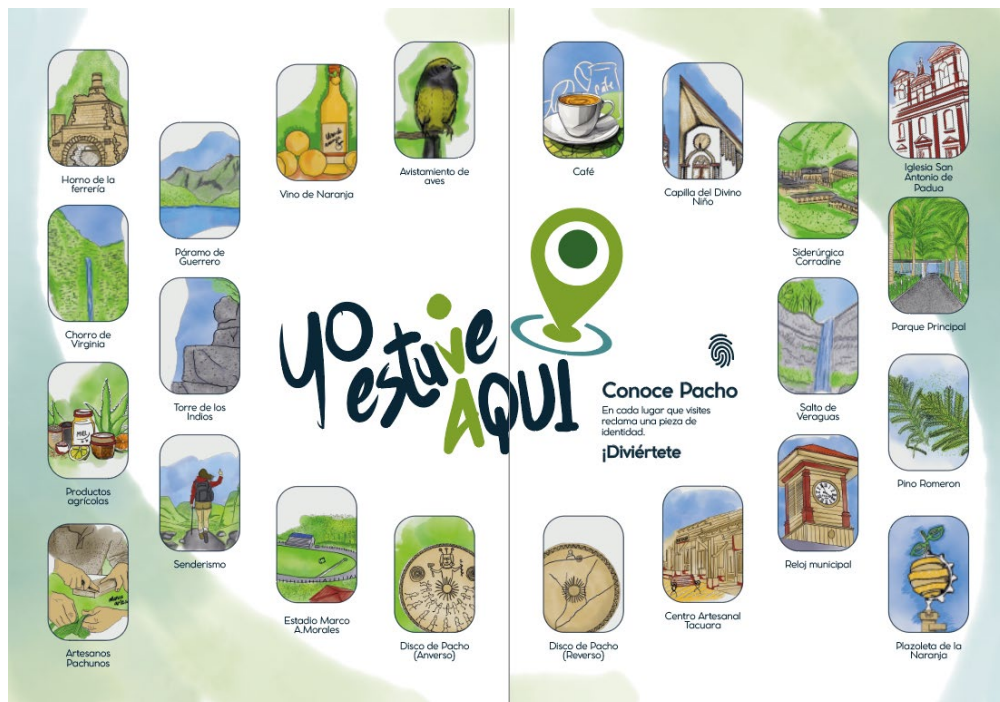
Elaboración propia

Gráfico 61:
Contenido y secuencia de recorrido



Elaboración propia

Gráfico 62:
Contenido de piezas de identidad



Elaboración propia- Las ilustraciones están ocultas tipo rasca y gana y son revelados a medida que el usuario recopile las piezas en cada lugar

Gráfico 63:
Aspectos geográficos de Pacho y puntos de búsqueda de piezas de identidad.



ALTITUD Su altitud mínima es de 1011 msnm y su altitud máxima es de 3.778 msnm.

CLIMA La altitud de sus suelos permite un clima templado, frío y cálido, lo que nos permite tener temperaturas de los 5 °C en páramo y 28 °C en la parte más baja sobre la zona cálido.

POBLACIÓN Se estima un aproximado de 28.412 habitantes según las proyecciones del DANE para 2024 donde el 51,2% representa a la población femenina y el 48,8% a la población masculina.



Elaboración propia

Gráfico 64:
Origen del nombre Pacho y línea de traslados del casco urbano.

¿POR QUE PACHO?

Su nombre conserva su historia

Antes de la colonización, este territorio se denominaba **Guatoque o Gotaque**
Gua: Montaña | Tha: Fuerte | Que: Elevado

Pacho, fue territorio Chibcha, donde Gotaques y Rutés coexistían y luchaban para proteger la región de sus enemigos.

Su ubicación fronteriza y la diversidad climática del territorio permitió el aprovechamiento de una inmensa riqueza natural y un gran desarrollo agrícola, con el que se asentaba hasta la fecha.

Los españoles bautizaron con este nombre al cacique y antepasado "Diego". La comunidad fue la encargada de abandonar su primitivo nombre de Guatoque y dar paso a la nueva era de "Pacho", en conmemoración de su padre bueno, Diego Pacho.

Después de combatir innumerables batallas, su territorio tuvo un periodo de paz y treguas en el que esta región se convirtió en el mercado más importante de la comarca, dando cohesión a la fusión de las razas aborígenes vecinas como los Muzos, los Paucas y los Cillimas.

Estas comunidades eran conocidas por su habilidad en los intercambios, aprovechando su posición estratégica, donde recibían esmeraldas, oro, guacamayos, loros y algodón, que intercambiaban por sal, mantas, cerámicas, papas, maíz y otros productos agrícolas.

Territorio Chibcha en Cundinamarca

Fueron múltiples las veces que el casco urbano de Pacho fue trasladado por distintos motivos, sin embargo siempre estuvo comprendido en el mismo resguardo "pachaco, quebrado y montañoso".

Boca de Monte
Se estima que antes de la conquista española, el territorio estaba ubicado en "Boca de Monte". Los cronistas narran que allí se construyó el primer caserío indígena, un punto estratégico perfecto para suplir las necesidades de guerra que mantenían con las tribus periféricas.

Duraznal
Bajo el dominio español, se solicitó permiso a la Real Audiencia para trasladar el pueblo a un lugar más cálido y abrigado, ya que al no estar en guerra no era necesario continuar en aquel lugar.
El pueblo se trasladó al lugar conocido actualmente como "Soroño" y "Alto de la horca" (antes conocido como Casaca y Bujalace respectivamente), genéricamente llamado el Duraznal en la vereda La Cabrera.

1680

El Hatillo
Nuevamente es solicitado el permiso a la real Audiencia, para posteriormente ubicarse en el "Hatillo", hacia 1714 es edificada la parroquia de San Antonio de Rutu que sufre un gran incendio que destruye el caserío y la población es obligada a reconstruirse sobre la margen derecha del río Rutu.

1710
Pacho es erigido como municipio y encuentra su asentamiento actual entre el Río Rutu o San Antonio y la Quebrada de Guatoque o Gotaque.

1807

EL PUEBLO SE "TRASTEO"

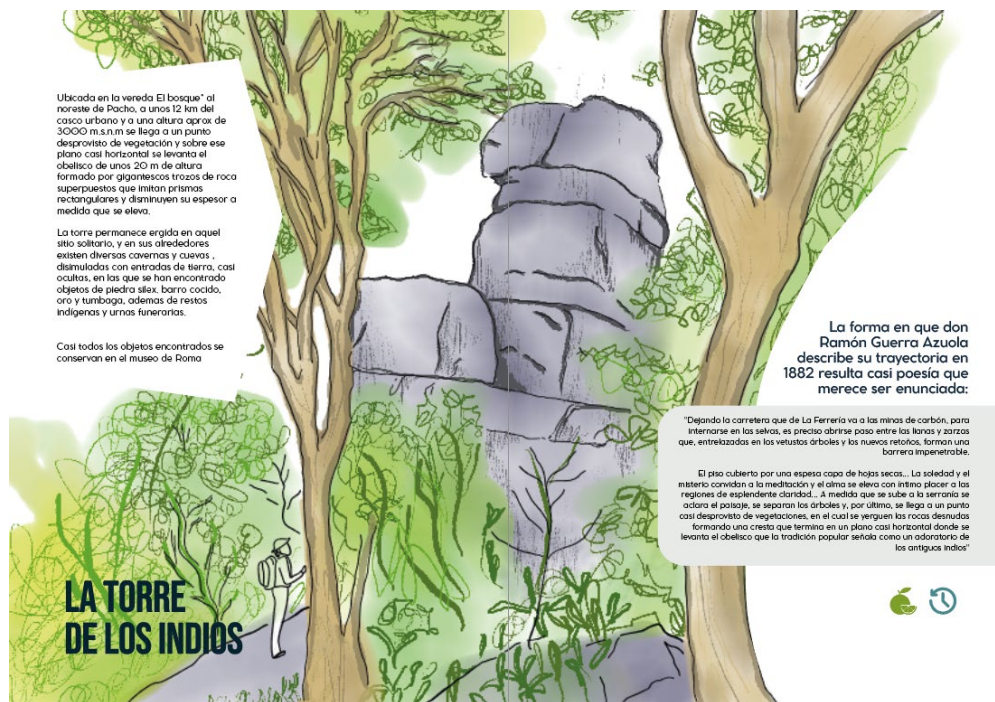
Elaboración propia

Gráfico 65:
Ubicación de traslados y reconocimiento a textos de recopilación de historia Pachuna.



Elaboración propia

Gráfico 66:
La Torre de los Indios.



Elaboración propia

Gráfico 67:
El Disco de Pacho.

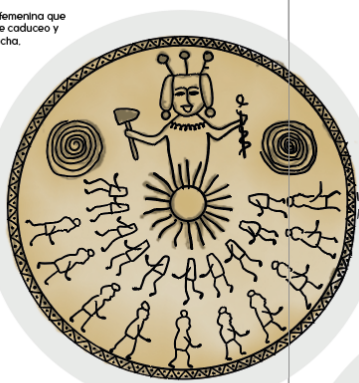
Una figura misteriosa, tal vez una divinidad femenina que en su mano derecha empuña una especie de caduceo y con la izquierda sostiene un martillo o un hacha.

La serpiente enrollada en la vara sugiere una representación de Bacheue que regresó a la laguna de Iguasque de donde había salido, convertido en serpiente, después de haber dado origen al género humano de acuerdo con la tradición cosmogónica del pueblo Chibcha.

Diez figuras humanas acompañan la composición, desfilan portando cargas en su cabeza y en una línea superior regresan decapitados. Tal vez se trate de alguna tradición claramente expresada:

El sacrificio de los cargueros de un tesoro con el objeto de que jamás sea revelado el secreto del lugar donde se deposita.

Se trata de un disco de piedra lidiana, sílice negra. En el centro muestra un agujero circular y a su alrededor un sol radiado.



EL DISCO DE PACHO

Fue hallado en 1925 al interior de una cueva del Cerro del Santuario, muy cerca de la Torre de los Indios y perteneció durante varios años al médico Alfonso del Corral.

Hoy se encuentra en el museo etnológico de México.



Un plano topográfico aparece perfectamente trazado.

En la parte superior destaca la torre de los indios sobre una línea horizontal que secciona el disco y representa la cordillera, el frente occidental del monumento se prolonga hacia abajo en línea recta hasta un abismo de 200m de profundidad que termina en un valle plano y pequeño. Aseguran que este valle servía como adoratorio en el culto del sol.

Al centro un sol radiado y 3 líneas (una horizontal y dos oblicuas) la horizontal representa el río Ferrería, la derecha, el curso de la quebrada de La Coca y la izquierda la quebrada de "El bosque".

En cuanto a las espirales, se desconoce su significado de manera precisa, varios aseguran que al tratarse de un plano tan detallado, representa el sitio en el que se depositaron los tesoros a los que se refiere la descripción gráfica del universo.



Elaboración propia

Gráfico 68:
El inicio de la industria Siderúrgica.

LA INDUSTRIA SIDERURGICA DE LATINOAMERICA NACE EN PACHO



De plomo era la necesidad que se palpaba en la época y para proporcionárselo, el General Narváez, había autorizado una exploración de Wiesner para acometer su busca... El plomo fue hallado en Pacho, rico como este territorio es en minerales útiles; y no solo el plomo, sino una gran mina de hierro, y aparente para acaro.

-Luis Orjuela-

Las minas de Hierro y plomo fueron descubiertas en 1814 por el mineralogista Jacobo Wiesner, además se encontró cobre en la vereda de algodonales y San miguel, donde se montó una incipiente fundición para fabricar balas para los ejércitos patriotas.

En 1823 inició el montaje de la ferrería y el método utilizado para obtener la primera muestra de metal fue la forja catalana.

Colombia fue el primer país que explotó y elaboró sus minerales de hierro y correspondió a la Ferrería de Pacho, ser la cuna de la Siderurgia.



EL HORNO DE LA FERRERIA

La ferrería, ubicada a kilómetro y medio al norte de Pacho, produjo hierro maleable de óptima calidad, hierro batido o fundido, varillas, fondos, trapiches, rejas y demás herramientas agrícolas, mas o menos hasta 1890.

El metal producido aquí, es similar al producido en Suecia, que se estima que es el mejor de Europa, sus piezas parecen de acero puro, lo que explica la magnífica calidad del material.

La Academia de Historia de Cundinamarca lo declara patrimonio regional y nacional de Colombia en su Resolución N° 01 del 4 de mayo de 1996

El 31 de julio de 1998 que fue expedida la Resolución 0794 de 199813 "Por la cual se declara como bien de interés cultural de carácter nacional los antiguos ferrerías existentes en el país, localizadas en Pacho.



Elaboración propia

Gráfico 69:
El Horno de la Ferrería.



Entre el año 2014 - 2015 se llevó a cabo un estudio que incluyó la investigación del inmueble y la formulación de una propuesta de intervención.

Sobre este proyecto se entregó un estudio histórico del lugar, un levantamiento arquitectónico y topográfico, una clasificación de las patologías del horno, un estudio arqueológico, la valoración del inmueble y la propuesta de intervención para conservar las 107 ruinas del horno y demás restos de la antigua ferrería.

Esta propuesta agrega la creación de un guion museo gráfico ya que la propuesta es hacer un parque museo al aire libre en donde se expongan imágenes antiguas y se comprenda el antiguo orden de la ferrería y su función.

Elaboración propia

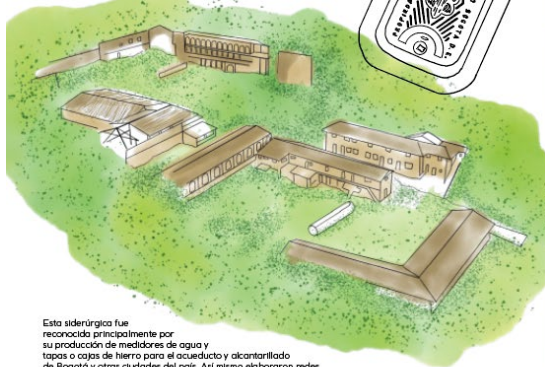
Gráfico 70:
Siderúrgica Corradine.

SIDERURGICA CORRADINE

En 1941, los Corradine inauguran una fundición de minerales de hierro en la vereda "El capitán", a 10km del casco urbano de Ríacha. Este alto horno tenía una capacidad diaria para 7 toneladas. Posteriormente se construyó un segundo horno para aumentar su capacidad a más de 27 toneladas de minerales de óxido de hierro.

La empresa muy bien acreditada por su calidad y variedad de productos, contaba con pedidos que excedían su capacidad de producción. Los productos eran vendidos en casi todos los departamentos y eran exportados a Puerto Rico, Costa Rica, Guatemala, Panamá y Ecuador.

Quedó por problemas de administración y deudas acumuladas, entrando en liquidación y posterior desmantelamiento por parte de sus antiguos trabajadores.



Esta siderúrgica fue reconocida principalmente por su producción de medidores de agua y tapas o cajas de hierro para el acueducto y alcantarillado de Bogotá y otras ciudades del país. Así mismo elaboraron redes telefónicas que se distribuyeron en todo el país.

En 1984 en río de Janeiro, la empresa recibió el premio internacional de calidad por la variedad y calidad de sus productos. La última operación del alto horno se realizó el 13 de marzo de 1958. Posteriormente solo se trabajó con chatarra en un pequeño horno y actualmente establece como un lugar olvidado.



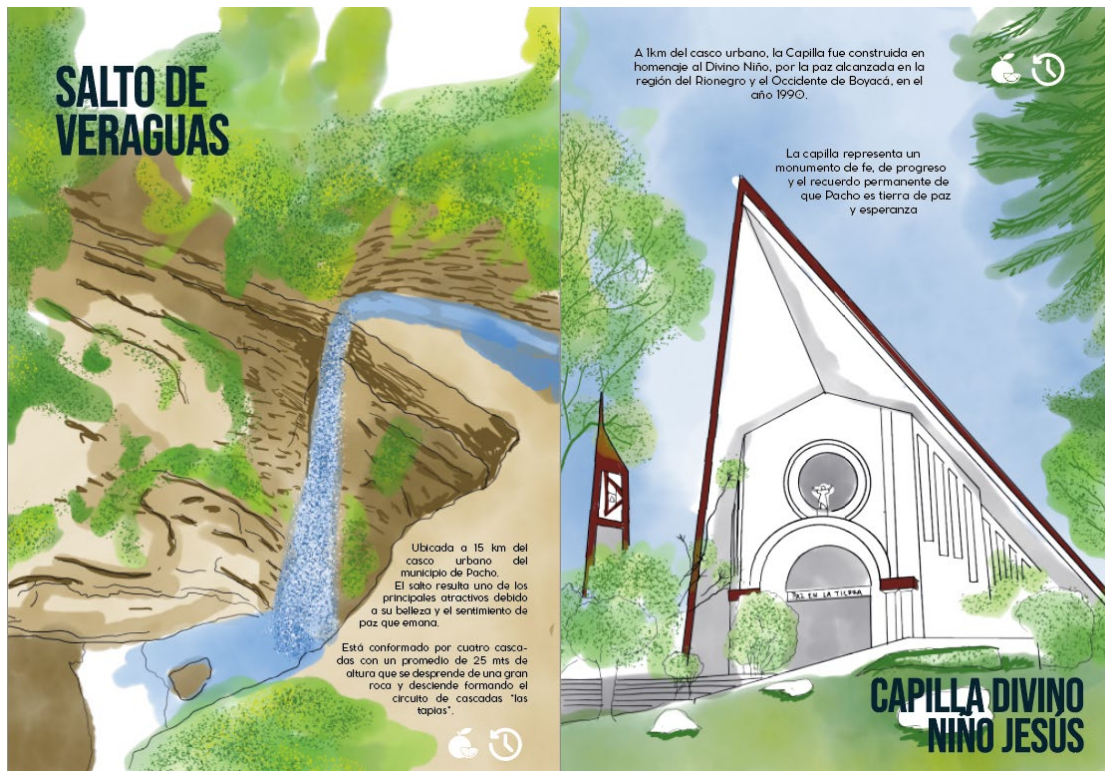
Elaboración propia

Gráfico 71:
Chorro de Virginia y páramo de guerrero.



Elaboración propia

Gráfico 72:
Salto de Veraguas y capilla del Divino Niño Jesús.



Elaboración propia

Gráfico 73:
Parroquia San Antonio de Padua y centro artesanal Tacuara.



Elaboración propia

Gráfico 74:
Innovación gastronómica.



Elaboración propia

Gráfico 75:
Gastronomía Pachuna

Martha Casallas se ha encargado de resaltar los beneficios y las propiedades de la naranja a través de su repostería

Atreve a probar los productos hechos a base de naranja

Flor de Naranja
Repostería

Vino seco de naranja, ideal para coctelería
Vinagre de naranja
Galletas de naranja
Alfajores
Cafeceras ancestrales
Brownie de naranja, café, moka, chocolate
Mantecada de naranja/tradicional
Tortas y pastelés
Pan artesanal
Chocolates artesanal

Participa del tour cervecero y degusta de una tabla donde podrás apreciar sus ediciones de temporada y las reconocidas cervezas de café, chocolate y gulupa

LORD WALLACE
cerveceria artesanal

Comparte con wallace y tu familia en el beergarden o en compañía de una chimenea con calor de hogar.

Elaboración propia

Gráfico 76:
Café Pachuno y café las Marías

300
Familias caficultoras

3 Líneas de producto

8 Años de experiencia

Delicioso sabor con notas cítricas y apañeladas que le otorgan cuerpo y aroma inigualable, ideal para el día a día llenándote de energía con el mejor sabor.

Cultivos silvestres que generan un perfil de taza con distinciones por su suavidad, gran aroma y delicioso sabor.

Para paladares que buscan más, excelente sabor y suavidad inigualable para el deleite con la taza perfecta y selección deseada.

Café Pacuñdi
Deleite de altura

Café Las Marías
Calle 9 # 19-37
Pachu - Cachimama

Ubicada en la antigua fabrica de gaseosas, es un punto central para degustar de las maravillas culinarias de Pachu.

Es el café perfecto para apreciar la tranquilidad del lugar mientras tomas un café de la región, un mojado, una avena o una rica oblea con arequipe artesanal.

Elaboración propia

Gráfico 77:
Iniciativas turísticas comunitarias




¿QUE HACER EN PACHO?

Desde 2013

Travesía Chorro de Virginia
Caminata de 12km donde podrás apreciar las maravillas de la naturaleza

Travesía Torre de los indios y ciudad de piedra
Caminata nivel medio por bosque alto andino, zona de ganadería y camino real. Aventurete a conocer los rasgos del pasado.

Expedición cascada Lajas
Caminata nivel medio por bosque alto andino, zona de ganadería y camino real. Aventurete a conocer los rasgos del pasado.

Conoce más de sus servicios en @pacho.aventura

Elaboración propia

Gráfico 78:
Rutas turísticas con promotores locales.

TOUR DE LA SOSTENIBILIDAD

Pacho aventura - Colibamboo

AVES - BIODIVERSIDAD - BOSQUE NATIVO - CASCADA

Recorre los senderos del Colibamboo EcoResort (6km) y conoce el vive el Tour de la Sostenibilidad recorriendo el cultivo de café, los guaduales y los senderos por bosque nativo, relájate en la zona de hamacas, disfruta del circuito de cascadas cascada de (3, 5 y 6 mts) y deleitate con la vista del mirador, un lugar para contemplar la naturaleza y gozar de las aves con mas de 100 especies registradas en e-bird.



Xiegua busca generar redes entre los diferentes actores del municipio de Pacho.

Nuestra misión es " dar a conocer y enaltecer la cultura campesina" creemos en la importancia de conservar los saberes de nuestros ancestros y a través de las experiencias que queremos brindarle a nuestros clientes ayudar a preservar las raíces que nos hacen Colombianos especialmente Cundinamarqueses y orgullosamente hijos de nuestro "papá bueno" "Pacho".

Ruta de Búfalos y Cannabis
Aprecia una caminata hacia la finca San Martín, donde puedes interactuar con búfalos, conocer el cultivo de cannabis y sus propiedades medicinales.

Ruta Cultural
Recorre los atractivos turísticos e históricos de la zona urbana mientras disfrutas de la rica mezcla cultural que define el territorio.

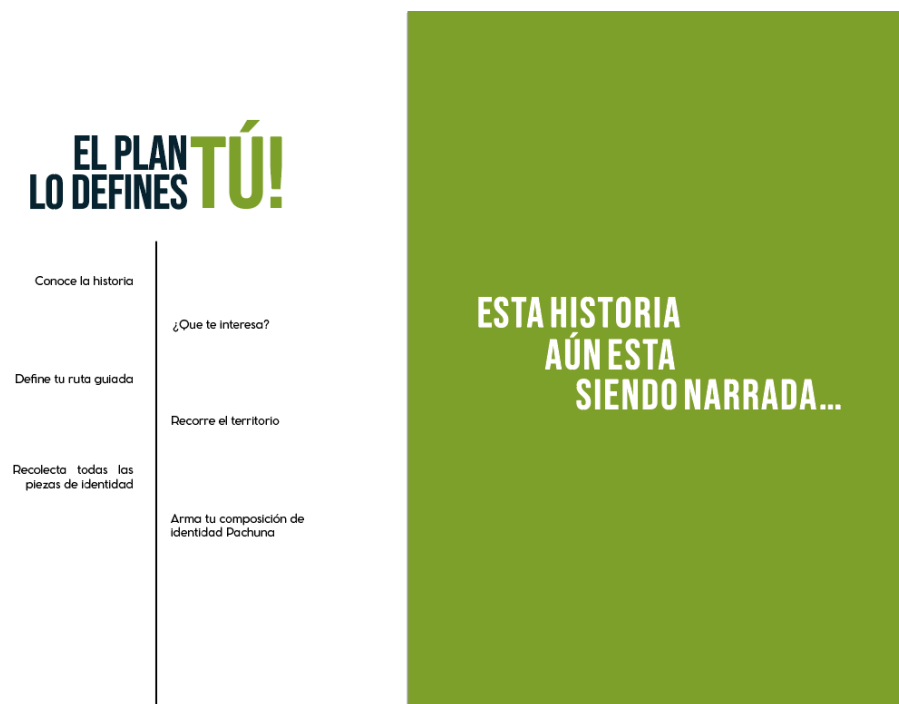


XIEGUA TRAVEL

Conoce más de sus servicios en @xieguatravel

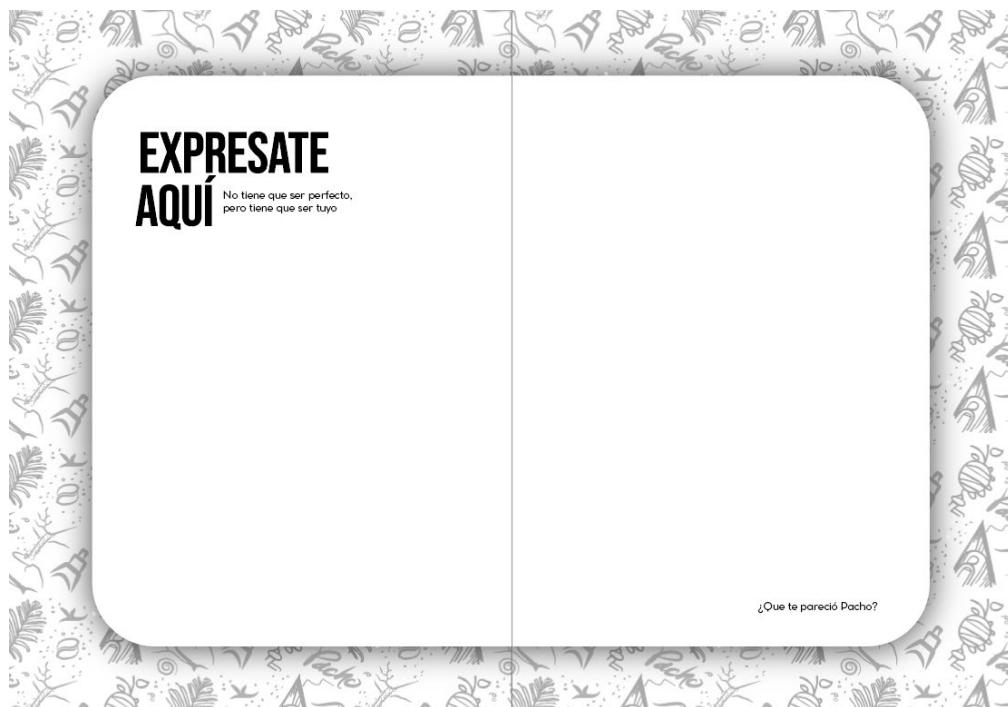
Elaboración propia

Gráfico 79:
Espacio para definir los lugares de interés.



Elaboración propia

Gráfico 80:
Intereses propios del territorio.



Elaboración propia- Espacio para que el usuario pueda contribuir a resaltar los intereses del territorio de manera creativa, de esta forma se involucra una memoria hecha por el mismo.

Gráfico 81:
Agradecimiento por visitar el territorio.



Elaboración propia

Gráfico 82:
Contraportada.



Elaboración propia

8. Conclusiones

De acuerdo con las comprobaciones y la retroalimentación expuesta por los asesores durante la planeación y ejecución de este proyecto se pueden definir las siguientes conclusiones y proyecciones de mejora para la implementación de la experiencia en Pacho Cundinamarca.

La guía no pretende remplazar el trabajo comunitario de la población, sino que busca reforzar los lazos de las alianzas existentes para motivar futuros intereses en el área, de igual forma se evidencia como una herramienta mediadora de la interacción entre turista y población local en el que ambos se ven beneficiados.

La experiencia debe ser implementada en territorio de manera progresiva y debe ser evaluada primero por un corto periodo de tiempo en el que se evidencien fallos e inconformidades de manera más precisa, de esta forma se asegura un reconocimiento de la guía y la percepción de las partes que intervienen.

Después de la presentación del proyecto a la Secretaria de Agricultura, desarrollo económico y turismo se manifiesta un interés hacia la propuesta final por el uso de herramientas gráficas que logran captar la atención y se sugiere ser usado como herramienta de consulta con múltiples copias dispuestas en puntos centrales del municipio como las bibliotecas y los despachos de la alcaldía, así mismo se menciona un proyecto de reconstrucción y unificación de la historia pachuna dirigido por la misma secretaría en la que se puede usar para clarificar la información y exponer nuevos lugares con historia desconocida para la comunidad y los visitantes.

La propuesta anexada expone el prototipo de dinámica en que se ejecuta la experiencia final, sin embargo, no debe ser utilizado hasta la finalización de la propuesta final pactada y su presentación a la población local.

9. Anexos

9.1 Encuesta a la población local

Turismo en Pacho Cundinamarca

Esta encuesta ha sido diseñada para captar la percepción de la población local de Pacho, Cundinamarca acerca de su territorio y el turismo desarrollado actualmente. Los datos recopilados aquí se utilizarán exclusivamente para fines académicos.

Gracias por tu participación.

1. ¿Cuál es tu edad?
2. ¿Cuál es tu género?
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro
3. ¿Cuánto tiempo ha vivido en la región?
 - Menos de 1 año
 - 1 a 4 años
 - 5 a 8 años
 - 9 a 12 años
 - Más de 12 años
 - No vivo en la región
4. ¿Con que palabra describirías el territorio y la cultura de Pacho Cundinamarca?
5. ¿Qué tanto conoce acerca de la historia cultural de Pacho?
 - No conozco nada
 - Conozco muy poco
 - Mi conocimiento es moderado
 - Conozco bastante
 - Conozco extremadamente bien
6. ¿Cómo cree que se percibe la identidad pachuna fuera de su comunidad?
 - Muy negativamente
 - Negativamente
 - Neutral
 - Positivamente
 - Muy positivamente
7. ¿Considera las festividades Pachunas como un factor importante en su vida?
 - Sí
 - No
 - Me es irrelevante
8. ¿Cuántos lugares turísticos de Pacho es capaz de reconocer?
 - Menos de 5
 - 6 a 8 lugares turísticos
 - 8 a 10 lugares turísticos
 - Más de 10 lugares turísticos
9. ¿Qué lugar de Pacho considera como un lugar turístico que merece mayor reconocimiento?
10. ¿Conoce la historia detrás de los lugares turísticos de Pacho?
 - Sí, conozco la historia de la mayoría
 - Sí, conozco la historia de algunos
 - No, no conozco la historia de

- No, no conozco la historia
11. ¿Considera que el turismo en Pacho permite un mayor reconocimiento de la identidad Pachuna?
 - Sí
 - No
 12. ¿Conoce acerca de las estrategias de promoción turística existentes en el municipio?
 - Sí, conozco las estrategias de promoción turística en Pacho
 - Sí, he escuchado de las estrategias, pero no conozco detalles
 - No, no conozco ninguna
 - Me gustaría saber más sobre las estrategias de promoción turística
 - He participado en actividades relacionadas con las estrategias.
 13. ¿Recomiendas Pacho Cundinamarca como un destino turístico?
 - Sí
 - No
 14. ¿Conoces de los servicios turísticos ofertados por los promotores de turismo en Pacho?
 - Sí, conozco acerca de la mayoría de los servicios
 - Sí, tengo conocimiento general sobre algunos servicios
 - No, no estoy al tanto de los servicios turísticos ofrecidos
 - No, nunca he escuchado de los servicios turísticos en Pacho
 15. Como habitante de Pacho, ¿Qué aspecto(s) del territorio te interesa conocer sobre este territorio?
 - Aspecto histórico
 - Aspecto ecológico
 - Aspecto gastronómico
 - Otra

9.2 Encuesta a la población turista

Turismo en Pacho Cundinamarca desde la perspectiva de visitantes.

Esta encuesta ha sido diseñada para captar la percepción de los visitantes e interesados sobre el territorio de Pacho, Cundinamarca, para conocer la apreciación acerca del territorio, el turismo desarrollado actualmente y sus intereses al visitar un lugar. Los datos recopilados aquí se utilizarán exclusivamente para fines académicos.

Gracias por tu participación.

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro
3. ¿Has oído hablar de pacho?
 - Si
 - No
4. ¿Como escuchaste algo sobre pacho?
 - Familiares
 - Amigos
 - Noticias
 - Redes sociales

- Nací en Pacho
 - Otro
5. ¿Con que concepto asocias a Pacho?
 6. ¿Por qué es reconocido Pacho?
 - Productos agrícolas
 - Paisajes
 - Su comida
 - Su gente
 - Otro
 7. ¿Cuál es tu principal interés al visitar un nuevo lugar?
 - Conocer su cultura
 - Hacer deportes
 - Descansar
 - Conocer su comida típica
 - Otra
 8. ¿Qué sueles llevar de recuerdo en tus viajes?
 - Artesanías
 - Comida típica
 - Postales
 - Fotografías
 - Productos locales
 - Otro
 9. ¿Qué tan importante es para ti la interacción con la población local durante tu viaje?
 - Muy importante, quiero conocer sus costumbres y tradiciones.
 - Me gusta interactuar ocasionalmente durante mi visita.
 - No es una prioridad, prefiero explorar por mi cuenta.
 - Prefiero mantener un perfil bajo y evitar demasiada interacción.
 10. ¿Qué factor principal consideras al seleccionar tu destino de viaje?
 - Aspecto histórico
 - Aspecto ecológico
 - Aspecto gastronómico
 - Otra

9.3 Entrevista Danilo Góngora- Pacho Aventura

Gráfico 83:

Danilo Gongora- Pacho aventura



- Buenos días, hoy nos encontramos con Danilo Gongora, quien es promotor turístico aquí del municipio, entonces cuéntanos un poco acerca de ti y de lo que realizas.
- Bueno, nosotros comenzamos en el 2013 a trabajar por el desarrollo del turismo de naturaleza en Pacho, y a medida en estos 10 años, largos casi 11, hemos empezado a trabajar con el Desarrollo no solo de Pacho, sino de la provincia del Río Negro, ya darnos como un destino a nivel regional, con nuestro atractivo principal, es el Cañón del Río Negro, Pacho Aventura nace, que es como la empresa operadora turística acá en el municipio local, a partir de un trabajo de grado en la universidad cuando estudiaba hotelería y turismo, fue como mi trabajo de grado empezar a promover el turismo de naturaleza en esta región, hacer algo, darle valor a esos atractivos que tenemos pero que ninguno conocemos. Y bueno, estude hotelería y turismo, luego hice un tecnólogo en guianza, luego me especialice en observación de aves y hemos tenido trabajando desde el 2013, empezamos con senderismo, después deportes de aventura, volvimos al senderismo porque en aventuras hay mucha certificación y mucho papeleo para operar y pues decidimos en no correr ese riesgo y ahorita tenemos senderos y observaciones de aves, también estamos manejando todo el tema de alojamientos con confort alto en la naturaleza como tipo glamping, eco hospedaje, cabañas y demás para brindar una experiencia de varios días en el municipio.
- ¿Actualmente tienes alguna alianza con otros promotores turísticos?
- Sí, claro, tenemos alianza, bueno, nuestro trabajo es esa base comunitaria, nosotros tenemos el propósito como tal es crear y compartir experiencias conecten al mundo con la naturaleza en Pacho y la región y nuestra base de trabajo con las gente con los locales, es decir, que si yo voy a pasar por un sendero para entrar a una cascada, pues hablo con gente de la vereda, les pido permiso, si puedo consumir local consumo, entonces nuestro aliado principal es la gente local, jóvenes, propietarios de fincas, productores locales, y ya los demás operadores que son restaurantes, hoteles, glamping y demás, son más o menos unos 12 aliados con los que trabajamos

nosotros, nosotros nos encargamos del que hacer de la gente en destino, ya está el hospedaje donde es que se quedan, donde van a comer y nosotros los entretenemos, los llevamos a los espacios naturales, ya sean culturales y demás, para que ellos usen el tiempo libre acá.

- Ok, y ¿cómo promotor turístico? ¿Cuál es tu interés principal?
- El primer interés principal es lograr generar empleo en los jóvenes y en los adultos que están en la región para que no deserten del municipio y que vean en el turismo de naturaleza, una opción de vida complementaria a lo que hacen día a día.

O sea, pueden tener su finca, trabajar en lácteos, en producción o en lo agro, en el campo, pero a la vez que tenga un ingreso extra con el turismo, pero que sea constante a largo plazo, que nos ha pasado este tiempo que el turismo es muy estacionado, hay picos donde hay mucha gente, hay picos donde no viene nadie, entonces la idea es lograr mantener un flujo de turistas constantes, por eso tenemos rutas de observación de aves, de senderismo.

Ya tenemos un equipo de tres guías profesionales que están en proceso de certificación para empezar a apoyarnos en el tema y la idea es que Pacho sea reconocido como un destino pero que se haga de manera responsable, nos buscamos un turismo masivo, no queremos que pacho se gentrifique, es cuando llega el pueblo y solo haya turista, nosotros no queremos eso, queremos algo más especializado y que sean los atractivos naturales por los que se reconozca el municipio.

- ¿Y cuál es el punto donde vienen más personas a visitar el territorio?
- Es variable, pasa mucho, mayo, abril viene bastante gente, temporada de octubre, septiembre, noviembre. Lo que es festividad es de diciembre a fin de año y semana santa el turismo es muy suave. También a veces pasa que mitad de años los puentes de junio y julio también viene bastante gente.
- ¿En lo que has observado como guía, cuál es el nivel de satisfacción de los turistas?
¿Qué opiniones tienen ellos sobre el municipio, qué les interesa a ellos?

- Bueno, ellos les interesan estar seguros en entornos naturales y en lo posible estar tranquilos donde no haya mucha gente, donde haya basura, entonces se van satisfechos y lo que nosotros hacemos es dar es una expedición personalizada, nosotros no tenemos grupos más de 20 personas pero porque es una empresa o es un grupo de un colegio, pero nosotros somos turistas de una persona, entonces la gente se ha sentido satisfecha por la prestación del servicio, la seguridad que los brindamos y también el encanto de los lugares naturales, poder estar, salir de la selva de concreto y estar en un entorno natural, respirar aire puro, desconectarse, eso es lo que le encanta a la gente, como tal.
- ¿A través de los trayectos y las experiencias que se ofertan, van acompañadas de alguna narrativa?
- sí durante el recorrido como tal desde el momento de la bienvenida empezamos, la gente empieza a curiosarse por pacho, a saber en qué año se fundó, qué produce, de qué vive, cuál es el tema cultural, cuál es la historia, entonces hay uno va dialogando con los turistas, con los viajeros y uno les va contando, o sea sí o sí hablamos de las cultura de pacho, entonces si les hablábamos también les contamos del chorro de Virginia, el tema del hierro, del tema del fique, la fábrica de colores, bueno contamos toda la historia como tal de aquí del municipio.
- Digamos, ¿existe algún reporte, algún proyecto donde esté condensado toda esta historia de Pacho?
- Hay un libro que es Pacho Tierra Esperanza que tiene unos artículos pequeños de toda la historia Pacho. Ha sido como mi biblioteca para algunos trabajos y recorridos que hago porque hay fechas importantes, historias importantes de este libro, entonces ha sido como una fuente importante, también hay otro que llamo Viscitudes de Pacho que es de 1946, es como el libro más antiguo de pacho, que también lo tengo por ahí en mi colección, y de vez en cuando lo leo para ya sea escribir un artículo en el blog, bueno, alguna cosa de como tal.
- ¿Cuáles recomendarías, que son como los principales atractivos naturales de Pacho?

- Bueno, está el chorro de Virginia, el salto de veraguas, está el páramo de Guerrero, esta, bueno, las cascadas de veragüas que es acá donde estamos, esta cascada ventanas, que ya es pachó- el peñón, tenemos caminatas ecológicas de los diferentes sitios de alojamiento de Glamping, hay una caminata ecológica en cada lugar, entonces recomendamos como tal que vengan a descubrir el Cañón del Río Negro, que es el atractivo principal que está en toda la región.
- ¿Y para poder conocer Pachó qué actividad recomiendas?
- Depende del gusto de la persona, inicialmente es senderismo porque es algo muy práctico, algo que puede hacer cualquiera, desde un niño de cinco años puede practicarlo, o un bebé en brazos, la familia puede venir con él.
- Y ya si buscan algo más especializado pues está el tema de observación de aves, para alguien que le guste tema de las aves, entonces se busca la ruta, el sistema. En el momento tenemos cuatro hotspots, que son puntos de interés para observación de aves, dos en la parte alta de Pachó, lo que se llama la Reserva el nacedero, el otro, el distrito regional más, distrito regional de manera integral el tablazo, está Coolibambú y está el Jardín Botánico Forestal de Cundinamarca, que son como nuestros sitios para el tema de observación de aves.
- ¿Y de qué forma se está promocionando esto? ¿Existen canales de difusión o con apoyo a la alcaldía?
- Con apoyo de la alcaldía muy poco porque ellos no tienen como la visión de un turismo especializado, el turismo que vende la alcaldía es algo más de chancleta, algo más masivo, algo que genere economía para toda la gente.

Especializarse en un turismo como el que hacemos, es como premiarnos a nosotros y políticamente no sería correcto por decirlo así, porque el político tiene que ir para a todos. Entonces la Alcaldía en algunas cosas nos ayuda como para ferias y eventos, pero más que todo lo hacemos más con voz a voz, redes sociales, voz a voz y con la

comunidad de pajareros y la gente que les gusta el tema y pues toda la comunidad en sí.

- ¿De la comunidad de pajareros existe algún evento, un grupo o algo así?
- Acá en Pacho no, estamos comenzando con un grupo que llamamos aves, caminos y amigos, es un grupo en que vamos a empezar a hacer una actividad mensual totalmente gratis, ya sea caminata o tema de observación de aves, comenzamos este mes, entonces la idea es ir continuando ya sea con taller de observación de aves o con alguna salida a algún atractivo, pero con la temática de observar aves, entonces la idea es fortalecer ese tipo de cosas.
- ¿Qué impacto positivo es que tiene el turismo en toda la comunidad local?
- Cuando es articulado con la comunidad tiene un impacto positivo. Cuando no está articulado con la local, se deja la basura y el privado se lleva a la plata. La comunidad solo los ve pasar y quedan las fotos y ya. Pero hay otros impactos positivos cuando se trabaja con ellos. y negativo cuando se excluyen del territorio y quiero, y soy egoísta y quiero todo para mí.

Entonces ahí ese es el problema, entonces está la balanza. La idea es dar como herramientas para que se articule la comunidad y generar un impacto positivo, tanto en que ellos sigan en el territorios, las nuevas generaciones se hagan el trabajo de vigias ambientales o guías o informadores ambientales y las mujeres o los adultos nos ayuden con el tema de la alimentación, el problema de comida, contar historias, todo ese tipo de cosas, aún nos falta tener en los ambientes rurales donde la gente pueda llegar, quedarse en la vereda y disfrutar, conocer de la vereda porque cada vereda de pacho tiene quebradas, cascadas de ríos, cuevas, montes montañas, de todo.

Entonces sería interesante a futuro trabajar con las juntas de acción comunal para empezar un modelo de turismo comunitario con ellos más formal.

- Y aparte del proyecto de Aves y demás, ¿existen otros proyectos que se estén adelantando en este momento?
- Sí, hay diferentes empresas privadas, también que hacen tema de caminatas en pacho, ya un poco más para un público masivo, ya un poco, como replicando lo que nosotros hacemos. Y hay un grupo que trabaja también el tema de cultura, que son técnicos del Sena, que trabajando todo el tema de las rutas del centro histórico, que el Tema Cultural, que hay una ruta de Cannabis, que el tema agro-pecuarios, han empezado más iniciativas
- ¿Por qué decidiste turismo de aventura?
- Bueno, cuando empecé el tema de las aventuras, obviamente tenía 20 años, tenía toda la adrenalina, entonces dije no, vamos a hacer cascada, bueno, y me la pasaba en un municipio que es mi Nimaima Cundinamarca, entonces allá dije bueno me gusta el tema de aventuras, vi una cascada acá, luego estuve en Suesca escalando y dije pues probemos en pacho, pasé un proyecto me salieron equipos y empecé a probar. Aprender empíricamente, luego me certifiqué y empezamos con una aventura por como la adrenalina al momento. Ya cuando empezábamos a ver que era el tema legal, capacitar, todo el problema formal, decimos no, o sea, no corramos el riesgo porque, no seamos irresponsables, entonces paramos el tema de aventura.
- Ok. ¿Y si tuvieras que describir a Pacho en una sola palabra? ¿Cuál sería?
- Esperanza.
- Y, por último, ¿algún mensaje para que visiten Pacho?
- Bueno, que estamos a menos de dos horas de Bogotá, del norte Chía, cajica y toda la sabana norte, estamos en menos dos de 2 horas.

Tenemos un muy buen alojamiento que venga, que se aventuren, se descubran en el Caño del Río Negro, tenemos actividades para todos los gustos desde ciclistas de ruta, montaña, senderismo, observación de aves o el que quiere simplemente ir a piscina y estar en una cabaña con su familia también se puede venir.

Que se animen a conocer ese lugar, pero que lo hagan de manera responsable no dejando basura, y pues, disfrutando en temas naturales.

- ¿Para ti, por último, cuál es tu lugar favorito? Tu lugar turístico de pacho.
- Uff, son todos. Porque claro, cada lugar tiene una historia diferente. O sea, cuando empecé el tema de aventura este. Este era como mi lugar de aventura, acá donde estamos. Ahorita el tema de aves ya es en la parte baja de Pacho. Como colibamboo, el tema de Guanacas. que ahí hay una cueva también interesante. Como mí, mi Lugar tranquilo. También está la torre de los indios que fue como una historia, ahí cuando iba a las torres como que me asustaba porque la veía en medio de la nada, así como que se sentía susto, también está el páramo de guerrero, bueno es diferente cada lugar, es el cañón del río porque he pasado por ahí por temas de trabajo a otros municipios entonces mi lugar favorito es el Cañón del Río Negro
- Vale, muchas gracias, Danilo
- Con gusto

9.4 Entrevista Xiegua Travel

- Buenos días, soy Martha Operador Turístico de Xiegua Travel. Somos una Agencia de viajes ubicada en Pacho Cundinamarca. Enfocados en turismo rural y comunitario, Actualmente ofrecemos el Alojamiento rural EL Arroyito, es un proyecto propio y familiar, se encuentra ubicado en la vereda San Miguel a 29 minutos del centro de Pacho. Allí tenemos dos cabañas con un capacidad máxima de 7 personas, cuentas con baño privado(cada una), BBQ, parqueadero, Kiosko
- Me gustaría saber como abarcan el turismo comunitario en Pacho? Con alianzas o o así?
- El Turismo Comunitario lo manejamos con alianzas con nuestros vecinos que son quienes ofrecen el servicio de alimentación. También tenemos alianzas con otros servicios turísticos como son Finca Villa Beatriz, Alojamiento Rural Capira, Hospedaje

la Fortaleza, Sol y Luna; con ellos ofrecemos servicios de restaurante, bar, piscina, Spa

- Y en estas alianzas se tiene algún tipo de descuento o como se benefician ambas partes?

- Se ofrecen paquetes al turista que beneficien a juntas partes, También se manejan comisiones en caso de enviar un Pax.

- Disculpa a que te refieres con un pax?

- Pax es como se le llama al turista

-Y cuantos paquetes le ofrecen al turista? O como es la dinámica para poder ser contactados?

- Ofrecemos nuestros servicios a través de las redes sociales, cuando un Turista nos contacta. Miramos cuales son las expectativas y presupuesto del cliente y de acuerdo a eso le ofrecemos el paquete.

- OK, se podría decir que cada paquete es personalizado, si?

- En cierta manera, si. Ya que algunos quieren caminatas, otros piscina, otros solo descansar.

- ¿Vi que tienen rutas turísticas ya establecidas, cuantas ofertan actualmente?

- Tenemos 3. Que son...caminata ecológica al Chorro de la Virginia, Ruta de Búfalos y Cannabis en la Finca San Martín, Ruta cultural por los diferentes atractivos turísticos e históricos de la zona urbana... En esta última tenemos en cuenta las preferencias del turista, algunos desean visitar sitios religiosos, otros históricos y emblemáticos y algunos desean ver la historia desde el conflicto.

- Y normalmente que lugares se tienen en cuenta en esta última ruta? ¿A que te refieres cuando dices la historia desde el conflicto? ¿Que lugares se suelen visitar allí?

- Mas que todo eligiosos, el Sagrado Corazón, el mirador de la Virgen de Fatima, la capilla del Divino Niño... El club Tupac Amaru donde se encuentran algunas cosas de Gacha, la finca la Chihuahua donde estan los restos de caballo de Gacha, Tupac Amaru, incluso si lo desean se pueden visitar las ruinas de algunas fincas que pertenecían a Gacha.

- OK, y cual es la ruta que normalmente prefieren los turistas?

- El Chorro de la Virginia, es muy popular sin embargo ha llamado mucho la atención la Ruta de Búfalos y el Cannabis, ya que allí puedes interactuar con los búfalos y además conocer de cerca una planta de Cannabis y sus diferente usos medicinales. La finca cuenta con todos los permisos pertinentes para dicho cultivo

- Y como es el recorrido? Te muestran el cultivo o te explican como funciona? O degustacion de algún producto canabico?

-Te muestran el cultivo y te enseñan sus usos medicinales.normalmente se hacen labores culturales (des yerba)

- OK, entiendo, muchas gracias.

9.5 Sistema de registro de investigación UTADEO

A través del siguiente link encontrara el sistema de registro trabajado para el curso proyecto de grado, el cual comprende 16 semanas en las que se puede evidenciar el avance de investigación y desarrollo del proyecto final, así como las diversas variantes y los conceptos en los que se baso para cada toma de decisión

https://www.canva.com/design/DAF6Yt4O1jM/1WxfuaWTPwZhf5hcqtOe3w/view?utm_content=DAF6Yt4O1jM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor

9.6 Infografía

Planteamiento inicial a partir de socialización con los habitantes en las que se tiene en cuenta los elementos que buscan resaltar a partir de la ilustración y de qué forma estos componentes se van a relacionar en la estructura final para lograr captar la atención en la exposición.

Gráfico 84:
Variaciones y propuesta final de infografía.

9.7 Guía Ilustrada de Pachos

El registro inicial de todo el proyecto se encuentra condensado de manera análoga en una bitácora personal, en la cual se recopilan contactos y datos claves para la propuesta final de este proyecto, así como escritos, dibujos y análisis personales desarrollados en contexto.

Gráfico 85: Apartados de la bitácora de campo

194 2008 → Ley Colombiana de Turismo

1938 → Planear y programar la actividad turística nacional bajo criterios de justicia social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equitativo a corto, mediano y largo plazo.

No existe ruta definida

Provincia → Ruta de la esperanza
Vía Cañón del noregno

México que se promocione Tácho y la región

Paisaje del Ecuatorio - Valle del Magdalena.

Visibilizar potencial ecoturístico y actividades.

Poble locomotiva de la ma Pino Iomelon - Gilberto Mahecha - Actividades culturales.

Paquete de la Esperanza → Ronald Paichewas + Jacopi

Gobernación → Rutas turísticas Zapaguala

Daniela Reyes > Páchos
Noises Gomez > Páchos

Aves que habitan Páchos

Aves de Páchos
Ecuador natural
Julio 2016
Nov 2019 - inicio

Gastronómico.

¿Dónde lo prepara?
¿Dónde cocina?
¿Dónde te enseñó a prepararlo?
¿Cómo surgió la idea?
¿Por qué tiene algún significado?
¿Cuál es el proceso de preparación?
¿Cuál es la parte más difícil de preparación?
¿Existen alguna historia detrás del producto?
¿Con qué ingredientes acompañar el producto?
¿Crees que el producto refleja la identidad local? ¿Cómo?
¿Cuál es la reacción de los visitantes al probar el producto por vez?
¿Cuál es tu experiencia más memorable con relación a Tácho?
¿Describe a Tácho en una palabra.

Ecológico.

¿Cuáles son los principales atractivos naturales de Páchos?
¿Qué actividades recomendar a los visitantes que desean explorar?
¿Qué rutas de senderismo existen? ¿Cuáles son las más populares?
¿Qué impacto positivo crees que tiene el turismo en la comunidad local?
¿Qué desafíos enfrenta Páchos en el desarrollo del ecoturismo y cómo se están abordando?
¿Cómo se están dando a conocer los servicios turísticos ofertados?
¿Existe algún proyecto futuro o iniciativa en marcha para mejorar la oferta turística?
Edad
Ecuador.
¿Hace cuánto tiempo vives en Páchos? ¿Naciste aquí?
Tu lugar turístico favorito?

Historico

¿Qué crees que representa a Tácho y a su población?
¿Cuál es la historia detrás del lugar?
¿Cuál es la importancia cultural e histórica del sitio para la comunidad?
¿Se realizan visitas guiadas al lugar?
¿Hay algún evento especial o festividad que celebre este lugar?
¿Existen leyendas o historias populares asociadas a este sitio?
¿Existe algún proyecto de restauración o mejora planificada para preservarlo?

Historia de Páchos

Familia Chibcha - las cedes - Rute (agua denominada)
los Gotaques - Cordillera fuerte y elevada
(nombres característicos de la región)

Gobernado por Uspaque Tácho - Diego para españoles
Fundado en 1624

¿Su nombre refleja la forma de su gobierno? Páchos tuero.

1714 - Portuqueo San Antonio de Páchos Páchos y desarrollo.
1807 - Se convierte en municipio (Catalago)

1814 - Jaccho Uspaque
requisitos de nuevo paisaje que abarcarían al ejército de batallas en la campaña del sur.

Piel de felucavani de la Sabana y Girardot (productos para la industria a la agricultura)

1835 - Polvorera Banaguan (Pueblo Banaguan - tradición familiar)

Ordenanza turística
Portada
Mapa ilustrada
Agradecimiento a actores
Ilustración
Introducción prologo
Guía de lectura y libro como herramienta de búsqueda

Contiene cronos
Contenido
Secciones

C1 - Tema → Turismo Comunitario.

C2 - Temática → Potencial cultural

- Histórico
- Gastronómico
- Ecológico
- Económico.

C3 - Contexto → Páchos Cundinamarca

C4 - Estrategia → Experiencia turística

C5 - Actores - Población local
Promotores turísticos
Turistas

Problemática → Reconocimiento
conflicto / potencial cultural
a través del turismo comunitario

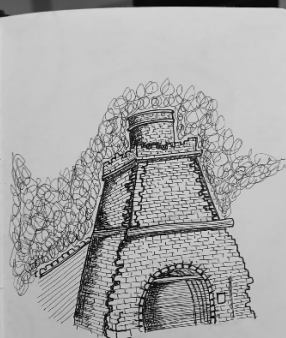
Objetivos Específicos

- 1) Quien
- 2) Qué
- 3) Cómo

Crear una herramienta dinámica para la resignificación de la memoria cultural del municipio de Páchos que medice en todos los actores del turismo

Objetivo
C1 + C2 + C3 + C4 + C5

Diseñar una experiencia de turismo comunitario para potenciar la cultura histórica, gastronómica, ecológica y económica de Páchos (und. por medio de la población local, los promotores turísticos y los turistas.



El Pueblo se Turismo.

El Barillo - Si, sin que llaman
dependiendo de el mismo lenguaje precolombino, quechua y aymara

existen en llano de la hacienda (ahora rodeado de bosques cañales e higueras)

Antes de la conquista española existía en "Barra de marde" (entendido en los de 1582 y luego reconstruido.

- Bajo el dominio español
Perteneció a la Real Audiencia para trasladar el pueblo a su lugar más cálido y abrigado
debido a la epidemia de viruela, fiebre y tuberculosis.
Reubicados los indios en un lugar por el dominio español

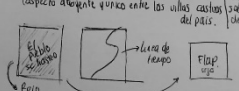
- En el tiempo del Barillo
Sitio conocido como "sacento" y Alto de la meca.
Etimológicamente "El domo" (1.600)

Antes el Casco y Bajaluz.

- 1710 → El Barillo (Tejeda solitaria)
La parroquia de San Antonio de Páchos (1710) → Intención de destruir el caserío

1807 → pasado como municipio.
Se abren las distancias.
Aspecto al presente que vive entre los villos caseros y sobre la historia urbana del Páchos.

Si se construye sobre la historia urbana del Páchos.



11. Bibliografía

- de Cundinamarca, G. (n.d.). *Noticias*. Gov.co. Recuperado de: <https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/en+cundinamarca+el+corazon+del+turismo+sigue+lamiendo>
- Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE). Santana, C., y Atiencia, M. (2014). *Turismo Comunitario. Reflexiones*.
- Moscoso, F. Academia.edu. Recuperado de: https://www.academia.edu/20506766/Potencialidades_end%C3%B3genas_del_turismo_en_la_provincia_Rionegro_Cundinamarca
- García, B. (2003). *Turismo Rural (Definición, Tipologías, Origen, Beneficios, Tendencias)*. Curso de Gestión de Empresas y Turismo Rural
- Prieto, A. y. (2003). *Pacho Tierra de Esperanza*. Bogotá: Guadalupe Ltda.
- *Turismo Comunitario - 3*. (n.d.). Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/571128878/TURISMO-COMUNITARIO-3>
- *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*. (s. f.-a). Gov.co. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu>
- Naranjo, M., Pelegrín, A., Marín, R., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y. (s. f.). Unirioja.es. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7001764.pdf>
- Santos, de O., & Eduardo, G. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(1), 96–110. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005
- Programas de Apoyo. (s. f.). Gov.co. Recuperado de <https://2022.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/gestion-publica-territorial/Paginas/programas-de-apoyo.aspx>
- Montaner, J., Antich, J. & Arcarons, R. (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ministerio de Comercio, I. y. T. (2012). *LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA*. Gov.co. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>
- De Ministerio de desarrollo económico. (1996). *Ley General del turismo*. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-300-1996.pdf>
- Moscoso, L. F. V. (s. f.). *El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico*. Core.ac.uk. <https://core.ac.uk/download/pdf/296363234.pdf>
- ::metamike:: (2016, septiembre 18). *Design Thinking: IDEO en tus manos*. SAD KOALA | Purpose-driven marketing bits; Maico Chelton. <https://www.metamike.com/design-thinking-gratis/>
- Zottola-Pareja, D. A. Estereoscopia de dos colores, anaglifos. *Revista Estudiantil Nacional* de.
- Colombia, O. (s. f.). *Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia Documento Estratégico*. Edu.co. Recuperado de https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Documents/DE_Estrategia_de_Desarrollo_Local_Incluyente_OVOP_Colombia.pdf

- Cundinamarca, L. G. (s. f.). Pacho Cundinamarca Se Destaca en la #VitrinaANATO2024 Presentando su Oferta Turística Integral. Laguiacundinamarca.com. Recuperado de <https://laguiacundinamarca.com/noticias/pacho-noticias/2024/03/pacho-cundinamarca-se-destaca-en-la-vitrinaanato2024-presentando-su-oferta-turistica-integral/>
- Televisión digital. (s. f.). Gob.es. Recuperado de <https://televisiondigital.mineco.gob.es/TelevisionDigital/tecnologias/3D/Paginas/anaglifos.aspx>
- Pérez, S. P. (s. f.). EL TURISMO JUSTO Y LA CREACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS RESPONSABLES. Janium.net. Recuperado de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/97136.pdf
- ¿Por qué el contenido visual nos atrae tanto? (2014, junio 30). FourMarketing360; FourMark360 Solutions SL. <https://www.fourmarketing360.com/por-que-el-contenido-visual-nos-atrae-tanto/>
- Silva, A. F. (2014). *TESIS: RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DEL HIERRO DE PACHO (CUND)*. Bogotá: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Alcaldía Municipal de Pacho. (2008). PBOT. *Plan Básico de Ordenamiento Territorial*. Pacho, Rionegro, Colombia: Escuela Superior de Administración Pública. ESAP.

11. Vita

Mi nombre es Marisol Bustos Forero, autora de este documento. Nací en Pacho Cundinamarca el 21 de noviembre de 2002, soy hija de Maribel Forero y Enrique Bustos, crecí en el mismo hogar durante 16 años, ubicado a pocos pasos del Horno de la Ferrería en Pacho. Curse primaria en la sede “Camilo Torres” del Pio XII y termine mis estudios en “I.E.D. Técnico Comercial Ana Francisca Lara” como Bachiller técnico en asistencia administrativa.

A la edad de 17 años, en 2020 me mudo a Bogotá para empezar mis estudios universitarios en la carrera de Diseño Industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, en la que participe en semilleros de investigación, talleres multidisciplinares, monitorias académicas y voluntariados, que me permitieron desarrollar competencias académicas, habilidades interdisciplinares y personales favoreciendo el desarrollo de mi carrera profesional y dándome la oportunidad de participar en proyectos como la participación en el cluster de bioplásticos, la ruta de alto impacto y la experimentación para el desarrollo de biopolímeros.

En 2022 inicio doble programa con Diseño Gráfico; a pesar de no continuar con esta carrera, adquirí herramientas que fortalecieron mis proyectos y me brindaron una nueva perspectiva para llevarlos a cabo de manera más sensible.

Actualmente desarrollo mis prácticas universitarias en Finart sas y trabajo como ilustradora independiente en trabajos digitales y análogos.

marisol.bustosf@utadeo.edu.co

marisollbf – ilustración

