

# TRANSFORMACIONES DEL TURISMO

Aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio

Fabián Andrés Llano , Giovanni Araque Suarez, Alvelayis Nieto Mejía,  
Edwin Bonelo Martínez, Carlos Alberto Vargas Bermúdez, Juan Camilo Ramos Velasco,  
Luis Alfonso Loja Miño, Janeth Alejandra Saavedra Camargo, Yency Marcela Velandia,  
María del Pilar Torres Gómez, Jorge Alexander Mora

# TRANSFORMACIONES DEL TURISMO

Aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio

Fabián Andrés Llano , Giovanni Araque Suarez, Alvelayis Nieto Mejía,  
Edwin Bonelo Martínez, Carlos Alberto Vargas Bermúdez, Juan Camilo Ramos Velasco,  
Luis Alfonso Loja Miño, Janeth Alejandra Saavedra Camargo, Yency Marcela Velandia,  
María del Pilar Torres Gómez, Jorge Alexander Mora



2022



**Presidente Consejo de Fundadores**

Padre Diego Jaramillo Cuartas, cjm

**Rector General Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO**

Padre Harold Castilla Devoz, cjm

**Vicerrectora General Académica**

Stéphanie Lavaux

**Director de investigaciones PCIS**

Tomás Becerra Durán

**Subdirectora Centro Editorial PCIS**

Pilar Montoya Chacón

**Rector UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia - RBVD**

Javier Alonso Arango

**Vicerrectora Académica y de asuntos estudiantiles rectoría RBVD**

Amparo Cubillos Flórez

**Director de Investigaciones rectoría RBVD**

Camilo José Peña Lapeira

**Decano Facultad de Ciencias Empresariales rectoría RBVD**

Edgar Germán Martínez

**Coordinador Editorial rectoría RBVD**

José David Jaramillo Airó

**Rector UNIAGUSTINIANA**

Fray Enrique Arenas Molina, OAR

**Vicerrector de Investigaciones UNIAGUSTINIANA**

Julio César León Luquez

**Director de Investigaciones UNIAGUSTINIANA**

Mauricio Rincón Moreno

**Decana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UNIAGUSTINIANA**

Carolina Berrío Hoyos

**Coordinadora editorial y de difusión**

Ruth Elena Cuasialpud Canchala

**Directora Académica Hotelería y Turismo UNIAGUSTINIANA**

Gloria Elsa Duque Ayala

Transformaciones del turismo : aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio / Fabian Andrés Llano, Giovanni Araque Suárez, Alvelayis Nieto Mejía...[y otros 8]. Bogotá : Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Universitaria Agustiniana - UNIAGUSTINIANA, 2022.

ISBN: 978-958-763-518-8

E-ISBN: 978-958-763-501-0

148p.: il.

1.Turismo -- Investigaciones 2.Turismo -- Aspectos económicos 3.Hoteles -- Estudio de casos 4.Servicios de alimentación -- Estudio de casos 5.Industrias de servicios Aspecto sociales. i.Araque Suárez, Giovanni ii.Nieto Mejía, Alvelayis iii.Mora Forero, Jorge Alexander iv.Bonelo Martínez, Edwin v.Vargas Bermúdez, Carlos Alberto vi.Ramos Velasco, Juan Camilo vii.Loja Miño, Luis Alfonso viii.Saavedra Camargo, Janeth Alejandra ix.Velandia, Yency Marcela x.Torres Gómez, María del Pilar.

CDD: 338.4791 T71t BRQH Registro Catálogo Uniminuto No. 102770

Archivo descargable en MARC a través del link: <https://tinyurl.com/bib102770>

Transformaciones del Turismo: aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio

#### **Autores**

Fabián Andrés Llano

Giovanny Araque Suárez

Alvelayis Nieto Mejía

Edwin Bonelo Martínez

Carlos Alberto Vargas Bermúdez

Juan Camilo Ramos Velasco

Luis Alfonso Loja Miño

Janeth Alejandra Saavedra Camargo

Yency Marcela Velandia

María del Pilar Torres Gómez

Jorge Alexander Mora

#### **Editor**

Jorge Alexander Mora Forero

#### **Prologuista**

Antonio Rodríguez Ruibal

#### **Diseño y diagramación**

Fabio Alejandro Martínez Segura

#### **Corrección de estilo**

Karen Grisales

#### **Impresión**

Editorial Minuto de Dios

Corporación Centro Carismático Minuto de Dios

Primera edición: abril 2022

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Calle 81B No. 72B-70 piso 8

Bogotá, D. C.

©Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO y Universitaria Agustiniana. Todos los capítulos publicados en *Transformaciones del turismo: aportes desde la gastronomía, el hotelería y el territorio* fueron seleccionados de acuerdo con los criterios de calidad editorial establecidos en las Instituciones. El libro está protegido por el Registro de propiedad intelectual. Se autoriza su reproducción total o parcial en cualquier medio, incluido electrónico, con la condición de ser citada clara y completamente la fuente, siempre y cuando las copias no sean usadas para fines comerciales, tal como se precisa en la Licencia Creative Commons Atribución – No comercial – Sin Derivar que acoge UNIMINUTO.

# Tabla de contenido

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>10</b>
<b>PRÓLOGO</b> .....	<b>11</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO 1. EL TURISMO, LA MEMORIA Y LA REPARACIÓN SIMBÓLICA: UNA RELACIÓN TRIPARTITA PARA EL TURISMO POSPANDEMIA EN COLOMBIA</b> .....	<b>16</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>17</b>
Abstract: .....	17
Introducción .....	18
El turismo, la memoria y la reparación simbólica: algunos antecedentes de una relación conceptual problemática .....	21
Marco teórico: el turismo, la memoria y la reparación simbólica. Una relación vinculante con el patrimonio cultural .....	26
Metodología: memorias olvidadas, recobradas y potenciadas. La etnografía documental como posibilidad de restitución de los archivos culturales .....	29
Resultados: hacia el reconocimiento de un turismo de memoria y de reconciliación en Colombia .....	35
Conclusiones: del turismo de memoria a la memoria del turismo .....	39
Referencias .....	42
<b>CAPÍTULO 2. LA MEMORIA COMO OBJETO DE MERCANTILIZACIÓN Y CONSUMO A PARTIR DEL TURISMO EN LAS RUINAS DE ARMERO</b> .....	<b>46</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>47</b>
Abstract .....	47
Introducción .....	48
Marco teórico .....	52
Patrimonialización en los destinos turísticos emergentes .....	56
Turismo oscuro y algunos paradigmas emergentes .....	59
Metodología .....	61
Resultados .....	63
Referencias.....	69

**CAPÍTULO 3. TURISMO RURAL COMUNITARIO Y ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA LOCALIDAD DE CIUDAD BOLÍVAR: ESTUDIO DE CASO FINCA SAN LUIS GRANJA ECOTURÍSTICA, TERAPÉUTICA Y AMBIENTAL..... 73**

Resumen .....	74
Abstract .....	74
Introducción .....	75
Marco teórico .....	78
Economía solidaria.....	80
Metodología.....	81
Resultados .....	83
Conclusiones .....	88
Referencias.....	91
Anexo. Entrevista semiestructurada al líder de la comunidad.....	94

**CAPÍTULO 4. DESARROLLO DE RECETAS CULINARIAS MEDIANTE TÉCNICAS DE COCINA MOLECULAR Y SU ACEPTABILIDAD ..... 95**

Resumen .....	96
Abstract .....	96
Introducción .....	97
Marco teórico .....	99
Metodología.....	100
Resultados y discusión .....	105
Conclusiones .....	109
Referencias.....	111

<b>CAPÍTULO 5. IMPACTO DE LA ENTRADA DE AIRBNB PARA EL SECTOR DEL ALOJAMIENTO EN LA HOTELERÍA DE BOGOTÁ .....</b>	<b>114</b>
Resumen .....	115
Abstract .....	115
Introducción .....	116
Marco teórico .....	120
Metodología.....	124
Resultados .....	126
Discusión de resultados.....	137
Conclusiones .....	138
Referencias.....	141

# Tabla de figuras

<b>Figura 1-1.</b> Algunas propiedades de los campos de la memoria y el turismo.....	24
<b>Figura 1-2.</b> El patrimonio cultural como mediador .....	27
<b>Figura 1-3.</b> El viaje como objeto de estudio .....	28
<b>Figura 1-4.</b> Reparación simbólica y turismo .....	36
<b>Figura 1-5.</b> Nuevas posibilidades en la relación turismo y memoria.....	39
<b>Figura 2-1.</b> Ruinas del municipio de Armero .....	49
<b>Figura 2-2.</b> Desarrollo del proceso interpretativo para Armero.....	67
<b>Figura 3-1.</b> Ubicación de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental.....	82
<b>Figura 4-1.</b> Coctel Gin Fizz.....	105
<b>Figura 4-2.</b> Coctel orgasmo.....	106
<b>Figura 4-3.</b> Coctel dulce recuerdo .....	107
<b>Figura 5-1.</b> Comportamiento histórico del % ocupación hotelera en Bogotá Mayo 2015 - febrero 2019 .....	127
<b>Figura 5-2.</b> Comportamiento histórico del porcentaje ocupación Airbnb Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019.....	129
<b>Figura 5-3.</b> Comportamiento histórico del porcentaje de ocupación hotelero y de Airbnb de la ciudad de Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019.....	130
<b>Figura 5-4.</b> Relación de ocupación hotelera us. tasa ocupación Airbnb en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019.....	131
<b>Figura 5-7.</b> Distribución T. Hipótesis C.....	134
<b>Figura 5-8.</b> Intervalo de confianza incremento % ocupación hotelera con relación % de ocupación de Airbnb. Mayo 2015 a febrero 2019 ....	135
<b>Figura 5-9.</b> Intervalo de confianza para el valor esperado del incremento del % ocupación hotelera en Bogotá. Mayo de 2015 a febrero 2019.....	136
<b>Figura 5-10.</b> Intervalos de confianza para el valor esperado del incremento del % ocupación de Airbnb con relación al tiempo mayo de 2015 a febrero 2019.....	136
<b>Figura 5-11.</b> Regresión en Stata a través de prueba de logaritmos ocupación hotelera us. ocupación Airbnb. Mayo 2015 - febrero 2019 .....	137



# Índice de tablas

<b>Tabla 1-1.</b> Matriz de análisis comparativo - estudio cualitativo.....	30
<b>Tabla 3-1.</b> Resultados cuantitativos del turismo rural comunitario y la economía solidaria.....	86
<b>Tabla 4-1.</b> Cantidad de ingredientes (gr o Ml) usados en la formulación del coctel gin fizz .....	101
<b>Tabla 4-2.</b> Cantidad de ingredientes (gr o ml) usados en la formulación del coctel orgasmo .....	102
<b>Tabla 4-3.</b> Cantidad de ingredientes (gr o Ml) usados en la formulación del coctel dulce recuerdo.....	103
<b>Tabla 4-4.</b> Evaluación de algunas propiedades sensoriales de cocteles con textura modificada .....	108
<b>Tabla 5-1.</b> Estadística descriptiva porcentaje de ocupación hotelera en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019 .....	128
<b>Tabla 5-2.</b> Estadística descriptiva % de ocupación hotelera Airbnb. Mayo 2015 - febrero 2019.....	129
<b>Tabla 5-3.</b> Estadísticos generales regresión lineal porcentaje ocupación hotelera vs. tasa ocupación Airbnb .....	130

## Agradecimientos

**A**gradecer primero que todo a Dios, esta obra de investigación es producto de un trabajo articulado entre dos instituciones de educación superior con fundamentos cristianos. Agradecer a los rectores y vicerrectores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y la Universitaria Agustiniana - UNIAJUSTINIANA por creer y apoyar esta obra. De igual forma, agradecer a los decanos, directores de investigación y directores de programa de las instituciones por apoyar este proceso; de igual forma a todos los autores, quienes son personas con gran reconocimiento en el ámbito académico del turismo. Agradecer a la Red de Investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo – RED GHT, debido a que las investigaciones aquí presentadas son producto del II Congreso Internacional de la Red de Investigación de Gastronomía, Hotelería y Turismo GHT

## Prólogo

**S**i existe un punto de unión universal entre todas las personas del planeta, es el turismo. Un conjunto de áreas, sectores y subsectores vinculados, que hacen que cualquier persona que lo practique sea feliz. Es por tanto, el turismo es un lugar de encuentro en donde la felicidad propia y la de los demás también convergen. Colombia forma parte de esos lugares en los que se cumplen todos los requisitos para que —me incluyo— queramos ir una y otra vez. Sus gentes, sus vivencias, su cultura, demografía, rincones desconocidos, gastronomía No hay vidas para descubrir Colombia por completo.

Todos hemos sufrido la pandemia del COVID-19, y también la ha padecido el turismo nacional e internacional. Recientemente, no se ha hablado de millones de turistas recibidos, ingresos en millones de dólares o vuelos de miles de kilómetros, sino de muertes, encierros en los hogares, pérdidas de empleo y contextos tremendamente negativos en el que el turismo se ha visto como líder en desgracias.

Y es que también, el turismo no es noticia si no es por cuestiones negativas. Los profesionales de este sector, debemos asumirlo. Nadie pone en portada esa felicidad de la que hablaba en mis primeras líneas. Quizás por ello es tan especial y por eso en este libro se habla de la importancia de poner en valor el patrimonio cultural, la exploración de un turismo responsable y resiliente de cara a la pospandemia.

Colombia, en pleno proceso de liderar el turismo internacional, años después de proponer al viajero internacional que el único peligro es quedarse, cuenta con lugares únicos. Por todos son conocidas ciudades como Bogotá, Cartagena, San Andrés Pero qué valientes son los investigadores que se han adentrado en la propuesta sobre las ruinas del municipio de Armero, listas para recibir a turistas. ¿Y qué me dicen de la oportunidad que ofrece el turismo rural en Colombia? Otro punto de unión entre comunidades que buscan la felicidad a través del ejercicio turístico como es el caso de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá, Colombia.

Esta pandemia ha servido, además, para poner en valor el uso de las TIC en el sector turístico de una manera apresurada. Con urgencia, pero ha funcionado. Ya es utilizado por todos el código QR en cualquier establecimiento, lo que ha supuesto el fin de la utilización de papel y, por lo tanto, una ayuda para el medio ambiente, o que se haya seguido investigando con las últimas tecnologías, incluso en la gastronomía. Esa es una de las materias propuestas también en este libro que hace que sea un punto de desarrollo oportuno en estos tiempos de incertidumbre. Algo más que añadir a la marca país.

Sigue siendo una época dorada para el turismo. Este parón ha hecho que vayamos cargando la maleta con ganas de disfrutar. A lo mejor, lo único que tenemos que hacer es incluir un certificado digital y una odiosa —pero útil— mascarilla. Las ganas de viajar han vuelto. Las ganas de investigar y hacer del turismo una profesión laboral, académica e investigadora, siguen. Gracias a los autores por hacer de este libro, un punto de unión entre académicos preocupados por crecer y seguir investigando en turismo.

**Dr. Antonio Rodríguez Ruibal**  
**Universidad a Distancia de Madrid**

## Introducción

**E**n la actualidad, el turismo atraviesa un momento de profundos cambios y transformaciones debido a la pandemia del COVID-19, la cual es de conocimiento común. En este libro se pretende realizar una descripción de cómo las transformaciones sociales, culturales, ambientales y económicas tienen una incidencia en el desarrollo turístico. Así mismo, esta obra aporta al desarrollo académico e investigativo del turismo con el fin de comprender sus complejidades, relaciones y vínculos con diferentes temáticas como la comunidad, el medio ambiente, el desarrollo rural, las prácticas culinarias y la hotelería como actividad económica.

Esta obra es derivada de un proceso de investigación, y consta de cinco capítulos que corresponden a proyectos desarrollados por Instituciones de Educación Superior (IES), con el fin de materializar los proyectos de investigación y algunos de los conceptos y elementos relacionados con la actividad turística. En los dos primeros capítulos se encuentran diversos temas como el turismo y la reparación simbólica para la pandemia, también sirve como un constructo teórico para futuras investigaciones sobre el desarrollo turístico. Ejemplo de ello es la mercantilización de la memoria en Armero, el cual aborda las ruinas del territorio y cómo la tragedia más grande que ha tenido Colombia ha sido objeto de motivación por turistas que muestran interés en visitar estos elementos relacionados con la muerte. Asimismo, el entorno se convierte en un objeto de consumo de ruinas, volviéndose un elemento que en algunos casos prima el entretenimiento.

El capítulo tres abarca el turismo rural en una finca ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá, la cual evidencia cómo la apropiación ambiental se puede convertir a un elemento para potencializar iniciativas de turismo sostenible. Así, se evidencia una vez más que el turismo comunitario es una estrategia imprescindible para el desarrollo sostenible en el territorio. El capítulo cuarto relaciona el progreso de técnicas culinarias mediante métodos de cocina molecular y su aceptabilidad, lo cual demuestra las representaciones gastronómicas a través de diversos elementos. Por último, el capítulo quinto aborda el impacto de la hotelería en Bogotá a partir de las economías colaborativas, específicamente el caso de Airbnb, por lo cual

se hace importante entender que la evolución del turismo siempre va a ser objeto de constantes cambios.

Este libro realiza una reflexión acerca del turismo en el territorio de diferentes maneras y de cómo van configurándose nuevas formas de desarrollo. Ahora bien, el turismo siempre ha sido una actividad cambiante y en esta época donde la sociedad enfrenta una gran transformación, tiene un reto y a su vez un desafío. De ahí, que los turistas tengan nuevas necesidades y motivaciones, y de este modo, se generan incluso tendencias turísticas, las cuales deben ser analizadas y estudiadas por los oferentes de estos servicios. Esto es fundamental para lograr que el turismo sea competitivo.

Los capítulos de esta obra son una evidencia de cómo el turismo se convierte cada vez más en un elemento de apropiación social, encontrándose en constante cambio acorde con las actividades económicas y sociales, por lo cual, se puede aseverar que es una actividad económica, pero también, es un hecho social importante que permite obtener un intercambio y un desarrollo colectivo. A pesar de los cambios que ha generado la pandemia de 2020 en la sociedad, se ha evidenciado la importancia del turismo en las personas.

Ahora bien, es fundamental resaltar la importancia de los procesos académicos e investigativos; si bien la academia tiene un rol, también se deben generar propuestas que respondan a las problemáticas de las comunidades y de los territorios, por ello, es fundamental reconocer el territorio y sus particularidades, debido a que los problemas son de diversas índoles, y elementos como la ruralidad y el patrimonio se deben gestionar de acuerdo con las características propias del territorio.

Esta obra presenta cinco capítulos de investigación los cuales son producto de un trabajo mancomunado con la Red de Investigación en Gastronomía, Hotelería y Turismo – RED GHT. Por lo cual se hace hincapié en seguir generando sinergias entre las IES que ofertan programas de hotelería, turismo y gastronomía. Esto permite fortalecer el campo de estudios del turismo, los cuales, si bien han mejorado en los últimos años su desarrollo académico, en muchos casos presentan disyuntivas acerca de cuál es el camino que debemos emprender como investigadores para aportar al desarrollo social del turismo.

En conclusión, esta obra es un producto de investigación que evidencia la realidad del hotelería, el turismo y la gastronomía a través de casos específicos y de propuestas concretas que se analizan en diferentes contextos. Así mismo, se realiza un análisis crítico de la realidad, razón por la cual se deben tener en cuenta la postura de los autores y las particularidades de cada uno de los capítulos.

En este orden de ideas, las investigaciones acá documentadas son un ejemplo de la realidad turística y aportan a la construcción académica e investigativa de la hotelería y el turismo. Por ello, se invita a los lectores y a la comunidad académica que aumenten las acciones para consolidar el estatus académico de este sector.

**Jorge Alexander Mora Forero**  
Líder de Investigación RBVD

## CAPÍTULO I

# EL TURISMO, LA MEMORIA Y LA REPARACIÓN SIMBÓLICA: UNA RELACIÓN TRIPARTITA PARA EL TURISMO POSPANDEMIA EN COLOMBIA<sup>1</sup>

Fabián Llano<sup>2</sup>  
Giovanny Araque Suarez<sup>3</sup>

---

1 El presente capítulo de investigación se contextualizó bajo la coyuntura actual que vive el mundo, relacionada con el COVID-19, para darle mayor pertinencia a las reflexiones sobre las implicaciones que esta situación está teniendo en la temática del proyecto de investigación. El siguiente texto vincula algunas reflexiones de la investigación titulada “Gabo y la ciudad de los poetas: hacia el reconocimiento de Bogotá como ciudad literaria”. Doi: 10.17605/OSF.IO/MAUZ4, financiada por la Universitaria Uniagustiniana, Bogotá-Colombia.

2 Doctor en Ciencias Humanas del Patrimonio y la Cultura Universidad de Girona (España). Magíster en Investigación social interdisciplinaria de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Licenciado en Ciencias Sociales de la misma universidad. En la actualidad se desempeña como docente investigador de la Universitaria Uniagustiniana. ID 0000-0003-2181-3476. También es investigador adscrito del Instituto Catalán de Patrimonio Cultural – ICRPC.

3 Magíster en Desarrollo Educativo y Social, Universidad Pedagógica – CINDE. Licenciado en Ciencias Sociales Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Docente-investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación, Fundación Universitaria Compensar. Grupo de Investigación en Estudios Humanos, Pedagógicos y Sociales. Correo electrónico: gearaques@ucompensar.edu.co; giovannyyaraque.sz@gmail.com ORCID 0000-0002-6692-8691



## Resumen

**E**l siguiente capítulo parte de la preocupación por entablar un diálogo abierto y sostenido entre el turismo, la memoria y la reparación simbólica de cara al turismo pospandemia. Este texto se convierte en una propuesta teórica y metodológica sobre cómo establecer estas relaciones fracturadas en un país como Colombia. Para elaborar la propuesta, se procedió bajo un análisis documental de lo que los investigadores consideran los principales documentos para activar dichas relaciones. El texto muestra una posibilidad de puesta en valor del patrimonio cultural y abre caminos en la exploración de un turismo responsable y resiliente frente a la pospandemia. Los principales resultados de esta propuesta giran alrededor de la postulación de la categoría turismo de memoria que se vincula con aquellas iniciativas de restauración y reparación simbólica instaladas en los acuerdos de paz y que hoy adquieren mayor importancia, no solo por la situación política en el país, sino porque se convierte en una alternativa para enfrentar el escenario poscovid.

**Palabras clave:** Tourism, Collective Memory, Cultural Heritage, Pandemics.

## Abstract:

The next chapter begins with the concern to establish an open and sustained dialogue between tourism, memory, and symbolic reparation for post-pandemic tourism. This text becomes a theoretical and methodological proposal of how to establish these fractured relationships in a country like Colombia. To prepare this proposal, it proceeded under a documentary analysis of what the researchers consider the main documents to activate these relationships. This text shows the possibility of enhancing the value of cultural heritage and opens paths the way for the exploration of responsible and resilient tourism facing to the post-pandemic. The main results of this proposal revolve around the nomination of the category of tourism of memory that is linked to those initiatives of restoration and symbolic reparation installed in the peace agreements and that today acquire greater importance, not only because of the political situation in the country, but because it becomes an alternative to face the post-covy scenario.

**Keywords:** Tourism, memory, symbolic repair, COVID-19, cultural heritage.

## Introducción

*La guerra es fiesta. Fiesta de la comunidad al fin unida con el más entrañable de los vínculos, del individuo al fin disuelto en ella y liberado de su soledad, de su particularidad y de sus intereses; capaz de darlo todo, hasta su vida [ ]. Hay que decir que las grandes palabras solemnes: el honor, la patria, los principios, sirven casi siempre para racionalizar el deseo de entregarse a esa borrachera colectiva.*

(Zuleta, 1985, p. 78).

**E**n un país como Colombia, donde los índices de impunidad, corrupción y el asesinato sistemático de líderes sociales es un asunto de la cotidianidad, el fomento de la actividad turística es un cuestión de difícil concreción (Menchero Sánchez, 2018). Sumado a la dificultad de viajar en plena pandemia provocada por el COVID-19, las posibilidades de recorrer el país y de brindar las garantías para un viaje seguro se reducen (Velandia, 2020). La actual coyuntura mundial que afecta al planeta a causa de la pandemia, que por supuesto tiene al turismo en serios problemas, ha dejado unos saldos económicos negativos y la mayor parte de la actividad social y cultural detenida. Esta crisis no solo ha afectado la salud de millones de personas alrededor del mundo, sino que ha traído como consecuencia el aislamiento preventivo y con ello una reducción considerable de la actividad socioeconómica. En estos términos, la actividad turística ha sido una de las más golpeadas económicamente, hasta el punto de llegar en países como España a una reducción de un poco más del 70 %, de acuerdo con Sánchez-Rivero *et al.* (2021). Se considera que en los seis primeros meses de 2020, los países más afectados por esta situación fueron España (-70,6 %), Italia (-67,7 %), Estados Unidos (-50,5 %), Francia (-49,4 %) y China (-40,9 %).

De ahí la importancia de pensar en salidas que logren, en la denominada nueva realidad, abrir un campo de posibilidades para la exploración de otras formas de turismo. Esta exploración no puede alejarse de la realidad social y política de Colombia, por el contrario, debe procurarse por darles un lugar a estas problemáticas a partir de un turismo responsable. Así, la necesidad de desarrollo turístico dentro de una coyuntura asociada a la pandemia, junto a las dificultades sociales y políticas que ha dejado el conflicto armado co-

lombiano, requiere someterse a la comprensión de la relación tripartita entre el turismo, la memoria y la reparación simbólica.

Esta relación entre el turismo y los estudios de la memoria se encuentra en construcción, por lo cual, es necesario hacer evidente su vínculo con la reparación simbólica. Dentro del estatuto epistemológico del turismo, la vinculación con los asuntos de la memoria han estado dirigidos a banalizar y convertir la cuestión de la memoria en una mercancía bajo la explotación de los denominados lugares de la memoria (Llano y Araque, 2019). El turismo no debe caer en ejercicios superficiales como por ejemplo, la elaboración de guiones interpretativos globales y homogéneos. Es necesario insistir en la necesidad de construir itinerarios culturales bajo intercambios conceptuales con las ciencias sociales y los emergentes estudios sociales y culturales. Estos recorridos no pueden estar disociados de los debates sobre la construcción de versiones de la historia política e ideológicamente concebidas. Para lograrlo, se requiere poner en tensión aquellas representaciones del pasado que han sido veladas por la historia oficial y que todo ciudadano necesita conocer para escapar de un inconsciente cultural que ha naturalizado la violencia y la violación sistemática de los derechos humanos en lo económico, lo educativo y lo político (Llano y Chavarro, 2010; Serna y García, 2002).

Abordar en este momento histórico un turismo responsable con las versiones de las víctimas del conflicto armado implica construir relatos que contrasten las versiones de los perpetradores del conflicto colombiano y sus narrativas políticas instaladas sobre la base del miedo a la diferencia. Lo que se busca con esta propuesta es un turismo de memoria con capacidad emancipadora y reivindicativa, que no solo ponga en evidencia la tragedia y la catástrofe de los diferentes conflictos en el país, sino que además reconozca las posibilidades de construcción de los procesos de identidad desde los patrimonios asociados a lo literario, lo político y lo artístico como posibilidades de reparación simbólica. De este modo, los itinerarios culturales construidos pasan necesariamente por el reconocimiento de esos patrimonios que por el ejercicio de *anamnesis* han sido consideradas por la historia oficial, como minucias históricas y elementos poco representativos de la identidad cultural (Stella, 2020).

Cabe aclarar en este punto que el problema de la anamnesis se vincula con un despertar vinculado al mito del salvador salvado tal y como ocurre en el

*Himno de la perla.* Aquí el olvido equivale al sueño y a la pérdida de sí mismo, representada en la desorientación y la ceguera. El despertar en cambio, se relaciona más con la liberación de la ignorancia sobre sí mismo (Eliade, 1996). Esto permite pensar en un despertar ligado a la naturalización de la violencia, así como la persistencia de la desigualdad sobre identidades históricamente subordinadas como el indígena y el afrodescendiente (Bustos *et al.*, 2016; Ibagón Martín, 2016; Serna, 2006). Además de perseguir una reivindicación social y cultural de estas identidades y de las víctimas de la violencia en Colombia, un turismo comprometido y responsable al que le interese el tema de la memoria ha de buscar esas experiencias que permitan la reparación simbólica. En efecto, al ser intencionado el mecanismo de la reparación simbólica desde el arte, la literatura, los saberes populares e incluso los mitos, el turismo necesita tomar distancia de las versiones producidas por historia tradicional, para poner en valor aquellos repertorios simbólicos con capacidad de redención.

Como insumos relevantes de este tipo de turismo se vinculan los procesos de significación histórica que toman distancia de un positivismo que reduce las posibilidades de entender otras realidades, otras culturas e incluso de comprenderlas por sus acontecimientos primordiales relatados en los mitos. Según Eliade (1996):

La cultura occidental se despliega como una especie de esfuerzo prodigioso de anamnesis historiográfica. Se esfuerza por descubrir, en despertar y recuperar el pasado de sociedades más exóticas y periféricas [ ], una verdadera anamnesis historiográfica se traduce por el descubrimiento de una solidaridad con pueblos desaparecidos o periféricos [ ] y aún más: por anamnesis historiográfica se penetra más hondo en uno mismo [ ] y la verdadera anamnesis historiográfica desemboca en un tiempo primordial, el tiempo en que los hombres echaban sus cimientos de sus comportamientos culturales, a pesar que estos comportamientos les habían sido revelado por Seres Sobrenaturales .(pp. 145-146).

Un turismo reafirmado en experiencias de investigación novedosas y creativas sobre la base de la relación turismo-reparación simbólica puede reconocer en las formas de producción de los recuerdos (anamnesis) un patrimonio cultural que desborda el interés altamente especializado de unos discursos

sobre lo monumental y la legitimidad de valores artísticos. Esto quiere decir, que un turismo pensado de esta forma permite incorporar en las narrativas turísticas lugares de memoria, historias difíciles de narrar como las tragedias e incluso memorias vivas que se resisten a desaparecer (Cardona, 2012). En un país donde la guerra es fiesta y donde los ritos patrióticos superviven en narrativas como la seguridad democrática, la dispersión de la izquierda y un marcado acento en el narcotráfico que permea la institucionalidad, no puede ser más pertinente un relato de reconocimiento de estas luchas por la memoria y unos recorridos ya sean virtuales o presenciales, del impacto de la guerra, la exclusión y el racismo en Colombia.

Finalmente, el recorrido que se hará para establecer estas relaciones entre el turismo, la memoria y la reparación simbólica involucra, en primer lugar, reconocer unos breves antecedentes que se vinculan a esta relación y que dejan entrever unos problemas y unas preguntas que se buscan resolver desde una posición epistemológica que relaciona esta triada con los elementos del patrimonio cultural. En un segundo momento del estudio se plantea una reflexión teórica desde propuestas sociológicas y culturales que buscan resaltar la necesaria tarea de recobrar unas memorias y potenciarlas. Por tal motivo, en el apartado metodológico se esboza un debate inicial sobre estas memorias y la forma de recobrarlas. En ese sentido, se presenta la propuesta de un turismo de memoria como alternativa a un tipo de turismo que tiende a invisibilizar las condiciones históricas, sociales y políticas del país. El apartado final explica la potencia de esta categoría propuesta en el marco del conflicto colombiano.

## El turismo, la memoria y la reparación simbólica: algunos antecedentes de una relación conceptual problemática

**L**as relaciones entre turismo, memoria y reparación simbólica son muy recientes y aún limitadas dentro del campo del turismo. Por lo general, el tema de la memoria y su relación simbólica se encuentra relacionado con contenidos antropológicos, sociológicos e incluso con problemáticas de la literatura y el arte. Los estudios sociales y culturales han puesto de manifiesto la importancia de estos recursos simbólicos provenientes de estos

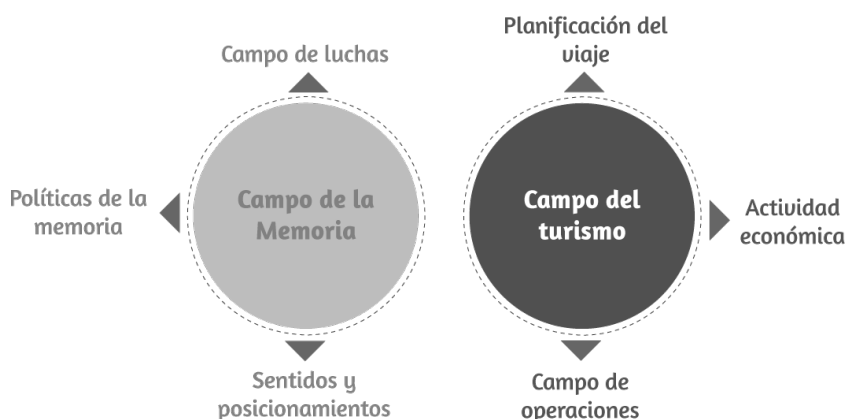
campos, en especial las posibilidades que tiene la literatura como recurso simbólico para redimir a las víctimas de la violencia (Mendoza García, 2004; Revelo, 2020; Stella, 2020). El recorrido que desde el turismo se ha realizado para comprender o asimilar los temas de la memoria ha contado únicamente con las investigaciones históricas de corte positivista que reducen las representaciones del pasado a fechas, lugares y anécdotas. En la forma de tanatoturismo, turismo fénix y turismo histórico o de memoria se han construido en Colombia, paquetes y productos bajo un *marketing* turístico definido hacia lo nostálgico y lo catastrófico (Llano y Araque, 2019). Las posibilidades de pensar esta relación conceptual suponen un trabajo interdisciplinario para construir puentes entre algunas áreas de las ciencias sociales como la sociología, la historia y la antropología con el emergente campo de los estudios turísticos. Vale aclarar que esta articulación epistemológica empieza a ser más que evidente en la investigación turística con el tránsito de otras disciplinas diferentes a la economía (Castillo Nechar y Panosso Neto, 2011; Jafari, 2005; Wallingre, 2011).

Vale la pena decir que, como disciplina, el turismo ha tenido una referencia a las ciencias sociales y humanas desde la producción de conocimiento y desde las mismas disciplinas académicas, es decir, desde las denominadas disciplinas universitarias; sin embargo, donde más ha prosperado esta actividad, sin duda, es en su campo de operaciones (Castillo Nechar y Panosso Neto, 2011; Jafari, 2005; Llano y Araque, 2019; Ramos *et al.*, 2006). Lo problemático de estas discusiones es que aún se sigue privilegiando el desarrollo del turismo desde una plataforma apologética que lo vincula como actividad económica, lo cual indica desde el discurso de Jafari, que la plataforma precautoria y la adaptativa, aunque han permitido ciertas aperturas disciplinares e interdisciplinares, no han quebrado el predominio de un turismo marcado como actividad económica (Jafari, 2005).

Plantear una relación del turismo con las formas de producción del recuerdo y el olvido y además, construir el puente para que estos recorridos adquieran sentido alrededor de la reparación simbólica invita a pensar en las mediaciones que se pueden establecer entre unos campos de conocimiento de naturaleza fragmentaria (Dutceac Segesten y Wüstenberg, 2017; Wallingre, 2011). Una de las posibles mediaciones se puede encontrar en las perspectivas de estudio del patrimonio cultural, específicamente en sus formas digitales y en las nuevas representaciones que reivindican un abordaje del

patrimonio de forma crítica, contextual y rehistorizada. Aquí vale la pena anotar que se requiere una configuración de tipo sociocultural que no reduzca la cuestión del patrimonio cultural a unos usos monumentales ligados a la reivindicación de un patrimonio material, sino que desde una concepción más amplia permita comprender una relación entre el turismo, el territorio y la cultura al vincular tanto aspectos materiales como simbólicos desde territorios y prácticas específicas (García Canclini, 1999; Echavarría Carvajal, 2016).

Aunque el patrimonio cultural desde sus versiones más simbólicas logre esa mediación entre el campo del turismo y el campo de los estudios de la memoria, por medio de las reflexiones y puesta en valor de itinerarios culturales, no se pueden desconocer las luchas por la memoria y los diferentes posicionamientos y sentidos al momento de comprender las formas que adquieren los recuerdos y los olvidos. Unas reflexiones sobre el patrimonio cultural más allá de esos discursos laudatorios y narcisistas, que buscan valores universales en categorías como la autenticidad y los bienes de interés cultural, requiere reconocer que detrás de unos discursos oficialistas, que pretenden mostrar la cara amable y sin tacha de un territorio y unas prácticas culturales bajo la marca cultural de un lugar; así, se esconden desigualdades, contradicciones y luchas por la imposición de un sentido legítimo de lo que se puede reconocer como patrimonio desde sus diferentes clasificaciones. En este sentido, la cuestión de la memoria es un tema muy atractivo en la medida en que es un fenómeno altamente político con fuertes implicaciones éticas y estéticas. Esta obsesión de la memoria conocida como *memory boom*, agrupó, sobre todo en los Estados Unidos, una multiplicidad de aristas alrededor de la internacionalización de la memoria. Entre ellos se pueden rescatar el recuerdo de la guerra de Vietnam, el final de la Guerra fría y el establecimiento de una *memory industry* (Erlil, 2012; Shin, 2017).



**Figura 1-1.** Algunas propiedades de los campos de la memoria y el turismo

Al parecer, se podría pensar que en apariencia no existe relación alguna entre estos asuntos de la memoria y el turismo. Sin embargo, desde la referencia a esta explosión de memoria de los años ochenta, se abrió la puerta a que todo acontecimiento histórico pudiera convertirse en un asunto de consumo, de ahí que el turismo logre, desde un campo de operaciones, comercializar y consolidar una industria del recuerdo mediante viajes planificados a lugares patrimonio. Lejos de toda reparación simbólica, los recorridos establecidos bajo esta lógica del consumo de lugares del recuerdo se narran bajo unos dispositivos técnicos, mejor conocidos como los guiones interpretativos, que cuentan una y otra vez una historia para impresionar al turista con el propósito de emocionarlo y conmocionarlo. El turista, entonces, se encuentra lejos de comprender mediante ejercicios rigurosos y sistemáticos de investigación sobre la memoria, nuevas versiones sobre lo ocurrido. La consciencia histórica, si es que desarrolla alguna, queda desactivada mediante un relato ritual, que más que aportar elementos de comprensión de una realidad histórica sucumbe ante la banalidad y la anécdota.



Este sin sentido del consumo de lugares se ha encontrado con la crisis de una megaindustria que al tomar los viajes como objetos de consumo desmedido, ha provocado fenómenos como la turistización, la gentrificación y la segregación socioespacial en detrimento de los habitantes de los lugares turísticos visitados (Vives-Miró y Rullan, 2017) En el turismo de la pospandemia se espera que esta tendencia pueda ser revisada y ajustada en beneficio de los mismos habitantes de los lugares turísticos, desde otras alternativas que redunden en verdaderas posibilidades de reivindicación cultural e histórica. En el caso del turismo y la memoria, más que restricciones, lo que aparece es una explosión de innumerables posibilidades de presentación del producto turístico dentro de un turismo de reconciliación. En efecto, en este turismo pospandemia, estas otras posibilidades de promoción de lugares y de actividades turísticas donde se viven o se ha vivido el recrudecimiento de la violencia y los conflictos armados requieren alejarse de estas perspectivas de apelar al consumo de sitios de muerte y de un turismo oscuro, para concentrarse en un turismo de reconciliación que permita acercar esas versiones de la historia y del presente poco difundidas bajo la forma de construcción de narrativas que tengan como fundamento investigaciones sistemáticas y pertinentes sobre los diferentes conflictos.

Con los aprendizajes que hasta el momento ha dejado la pandemia alrededor del autocuidado y el distanciamiento social, el turismo podría explorar la necesidad del reconocimiento de lo local, esto quiere decir que, ante la imposibilidad de viajar por el cierre de las fronteras, la proximidad espacial se convierte en una alternativa importante. De ahí que también estas posibilidades de abordaje de un turismo de reconciliación, de memoria y de reparación simbólica puedan desarrollarse en el futuro próximo no solo en Colombia, sino en la mayoría de los países que requieren una mirada profunda de su historia y sus procesos identitarios. Para no caer en la industrialización del testimonio y la construcción de memorias en ajuste a la demanda, se requiere aceptar que, bajo ningún motivo, la popularidad del perpetrador debe estar por encima de las versiones excluidas y segregadas de un conflicto. Para ello, se podrá apelar a una ética del recuerdo que busque el equilibrio desde lo que hasta el momento se ha recordado y lo que se ha olvidado (Avishai Margalit, 2002). Más allá de la conmemoración, las problemáticas que asocian la relación conflicto, turismo y reparación simbólica requieren una mirada que desactive las versiones petrificadas de

la historia y la necesaria tarea de vincular a los ejercicios de memoria, una ética del recuerdo. Ante este panorama caben las siguientes preguntas: ¿hay acontecimientos que deberíamos recordar?, ¿estamos obligados a recordar lo que sucedió hace algún tiempo?, ¿decidimos qué recordar y qué olvidar?, si se piensa en la reivindicación del pasado o mejor, en la emergencia que implica el recuerdo de la tragedia y lo innombrable para no volver a la repetición como sociedad, ¿cuál es el camino que debería asumir la actividad turística?

Por supuesto que esta clase de turismo no puede ser agenciado desde las lógicas del Estado, sino desde la participación activa de la población local para restituir unas memorias olvidadas o petrificadas. De entrada, se acepta una lucha por la memoria y la posibilidad de unos procesos de patrimonialización de esas memorias recobradas para potenciarlas desde una subjetividad social con un turismo de reconciliación y de reparación. De ahí que sea necesario una disposición y una búsqueda constante por posicionar estas versiones concertadas, conceptualizadas y resemantizadas como políticas de la memoria y como simbolizaciones del pasado pertinentes para la comunidad.

Al aceptar que existe una geografía del conflicto y que además están en pugna diferentes versiones de la historia se puede pensar en una forma de restituir esas voces marginadas (Acevedo, 2002). Una de estas formas de hacerlo es a través de la potencialidad del viaje comprendido como intercambio intercultural que deja siempre un aprendizaje desde la negociación de sentidos y el reconocimiento de unas formas del recuerdo.

## Marco teórico: el turismo, la memoria y la reparación simbólica. Una relación vinculante con el patrimonio cultural

**E**l abordaje teórico de esta relación entre el turismo, la memoria y la reparación simbólica implica una serie de consideraciones a saber. En primer lugar, que desde los vínculos que el turismo como disciplina tiene con las ciencias sociales y humanas, se requiere asumir una teoría del conocimiento social que vincule las relaciones de fuerza, los ejercicios cons-

tantes de legitimación cultural y sobre todo, las exclusiones de las versiones menos legitimadas de los campos de la producción cultural (Bourdieu, 2006). De otro lado, se plantea un abordaje histórico que implique las luchas por la legitimación del pasado con los efectos de sus agentes y sus agencias en términos de nombrar lo que es digno de ser recordado (Bourdieu, 2003). Para ello, se requiere de un ejercicio de reflexividad permanente que invite a rehistorizar los conceptos bajo la disposición y la toma de posición epistemológica y política. De esta manera, los intercambios que se logren hacer en términos de teorías, metodologías y técnicas de investigación para abordar diferentes objetos relacionados con el viaje como práctica cultural puede proyectar un diálogo permanente entre disciplinas y saberes. Así, se propone una relación entre diferentes disciplinas de las ciencias sociales como la historia, la geografía y la antropología con el turismo como disciplina resignificada en la búsqueda de respuestas frente al viaje como objeto de estudio.

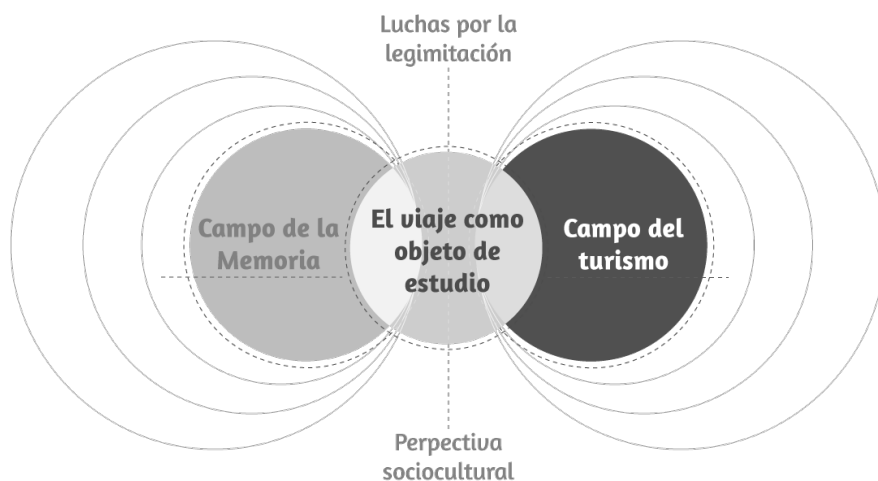
La posibilidad de realizar investigación epidisciplinar al involucrar diferentes formas de articulación entre las disciplinas de las ciencias sociales, incluida el turismo, permite explorar distintas relaciones. En primer lugar, las relaciones entre la memoria entendida como producto de las luchas sociales y culturales y el turismo comprendido como mediador y difusor de una cultura resignificada y resemantizada. En segundo lugar, los vínculos que se establecen entre el patrimonio cultural como elemento representativo de repertorios simbólicos frágiles y en peligro de desaparecer y las transversalidades que establece con los mecanismos de la reparación simbólica



Figura 1-2. El patrimonio cultural como mediador

En esta medida, la posibilidad de promover lugares de memoria como objetos turísticos, pasa necesariamente por la reactivación de la experiencia turística como posibilidad para la reflexión y la implosión de significados alrededor de acontecimientos de necesaria trascendencia para la definición del futuro del país. Para que esto se lleve a cabo se requiere evitar los abusos de la memoria y la supresión de la memoria (Todorov, 2013).

Más allá de plantear un interés desmedido y llamar la atención sobre los asuntos de la memoria como ocurrió en la década de los años ochenta, se busca para un turismo de memoria pospandemia reforzar la dimensión cultural y simbólica del viaje y el recorrido como un asunto de reivindicación y resiliencia. Con estas precisiones se hace posible acercarse a la comprensión del fenómeno turístico en asocio con un tema tan problemático como el de la memoria, ya no desde un turismo planificado como servicio y como actividad económica, sino como posibilidad restaurativa en los territorios.



**Figura 1-3.** *El viaje como objeto de estudio*

Finalmente, más que intentar diversificar aún más la oferta turística como sucedió en los años noventa, cuando aparecieron una cantidad de nombres para los viajes como turismo rural, turismo de aventura, ecoturismo, turismo de fantasía, turismo cultural, entre otros, lo que intenta instalar esta propuesta es una visión integral y compleja en la gestión del conocimiento turístico.

## Metodología: memorias olvidadas, recobradas y potenciadas. La etnografía documental como posibilidad de restitución de los archivos culturales

**A** bordar una relación tan problemática como la que se ha planteado hasta el momento entre el turismo, la memoria y la reparación simbólica obliga a escoger una estrategia metodológica acorde con la inclusión de versiones poco recordadas (memorias olvidadas) con la posibilidad de ponerlas en valor (memorias recobradas) y, sobre todo, con las posibilidades de resignificarlas (memorias potenciadas). Desde la posibilidad de pensar en la incorporación de una serie de textos superpuestos, algunas veces opacados y otras veces maximizados, la etnografía documental procede, en este caso, como estrategia de recolección de diferentes fragmentos y sentidos de la memoria y la identidad para ser asociados en una línea de sentido, que persigue el acuerdo, la reconciliación y la vinculación de fragmentos culturales olvidados.

En esta negociación de sentidos, es necesario que se comprenda el archivo como una producción simbólica en la que existen procesos de legitimación cultural y devaluación simbólica en los espacios físicos y sociales (Bourdieu, 1999, 2007; Groy Boris, 2008). Esta restitución pasa por las elecciones de los investigadores de un aparato teórico que ponga en discusión los campos problemáticos detectados desde la mirada de un sujeto social y teóricamente situado. También tendrá en cuenta los diferentes sentidos y significados dependiendo de la época histórica, tal como advierte Crespo (2011):

Los documentos escritos oficiales, lejos de estar “muertos”, cobran vida y van siendo redefinidos por los sujetos en determinados momentos históricos bajo otro tipo de reservorios, como, por ejemplo, el de la memoria oral. Asimismo, muestra que pueden constituirse no solo en materia de confrontación discursiva, sino también en motor para la acción. Esto es así porque las personas, en tanto sujetos, definen en sus narraciones e interpretaciones los términos en los que pueden ser descritos los eventos y procesos históricos y, en el trayecto, esas interpretaciones y relatos se vuelven parte constitutiva de los mismos. (p. 78).

Por tal motivo, es necesario una rehistorización de estos documentos desde sus condiciones de producción para evitar elevarlos como monumentos (Le Goff, 1991). Aquí es importante aclarar que el concepto de rehistorización se refiere en concreto a la recuperación de las condiciones de producción de un concepto o un discurso. Esto permite pensar que un concepto o un discurso obedecen a una época y da cuenta de estas formas de producción y de reproducción de representaciones con coordenadas espacio temporales concretas. Desde estas advertencias, se realizó una etnografía documental con la escogencia de algunos estudios que han intentado objetivar el conflicto colombiano. Los documentos analizados están registrados como fuentes primarias y la forma de selección estuvo mediada por sus vínculos con el reconocimiento del conflicto armado colombiano. Este análisis procedió bajo matrices analíticas y buscó principalmente los vínculos entre turismo, memoria y reparación simbólica en Colombia.

**Tabla 1-1.** *Matriz de análisis comparativo - estudio cualitativo*

<b>MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO - ESTUDIO CUALITATIVO</b>		<i>Memoria</i>	<i>Turismo</i>	<i>Reparación simbólica</i>
Descripción del contexto / fuentes primarias	<b>ASPECTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>Prácticas de memoria identificadas</b>	<b>¿Existen prácticas turística vinculadas a la memoria?</b>	<b>¿Existe sentencia de reparación simbólica?</b>
	Nombre, denominación o título			
	Fecha			
	Fuente			
	Autores			
	Institución			
	Elementos centrales de la fuente documental			

MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO - ESTUDIO CUALITATIVO		Memoria	Turismo	Reparación simbólica
<i>Análisis transversal</i>				
<b>Documentos relacionados / Fuentes secundarias</b>	¿Cuáles son las preguntas que plantean?			
	¿Cuáles son los conceptos sobre los que se desarrolla?			
	¿A qué fuentes recurren?			
	¿Menciona casos similares o relacionados?			
<i>Análisis transversal</i>				
<b>Fuentes terciarias</b>	Título, autor(es), año, editorial			
<b>Comentarios</b>				
<i>*Si la fuente es de carácter investigativo</i>				
<b>METODOLOGÍA</b>	Descripción de la población			
	Diseño de investigación			
	Alcance de la investigación			
	Método de investigación			
	¿Qué técnicas de investigación se utilizaron?			
	¿Qué instrumentos utilizaron?			

MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO - ESTUDIO CUALITATIVO		Memoria	Turismo	Reparación simbólica
<i>Análisis transversal</i>				
<b>RESULTADOS</b>	¿Explicita la metodología de análisis de datos?			
	Conceptos o categorías de análisis			
	Apartados del texto			
<i>Análisis transversal</i>				
<b>CONCLUSIONES</b>	¿Cuáles son las conclusiones que se derivan de los resultados de investigación?			
<i>Análisis transversal</i>				
<b>COMENTARIOS GENERALES</b>				

La matriz estableció una distinción entre las fuentes documentales (primarias, secundarias y terciarias), bajo las cuales se identificaron los elementos centrales relacionados con:

- ▼ A) Identificación de prácticas de memoria.
- ▼ B) Experiencias turísticas.
- ▼ C) Establecimiento de sentencias de reparación simbólica.

Respecto al numeral a, esta identificación se llevó a cabo a través del rastreo de noticias en donde se abordan de manera superficial diferentes tipos de mediación de la memoria, de manera permanente o transitoria sobre diferentes hechos con diversos tipos de violencia. Estas prácticas de memoria responden a diferentes características que el capítulo analiza de manera conceptual.



El papel de las fuentes secundarias en este tipo de prácticas vincula diferentes contextos problemáticos y conceptuales que se perfilan como estudios de caso, o bien de manera tangencial en tanto son abordadas desde marcos de las ciencias sociales y humanas, en general, recurren a diferentes fuentes teóricas sobre contextos históricos de violencia y/o sobre las respuestas de las comunidades, organizaciones, familiares o individuos que realizan distintas acciones en espacio público, con miras a generar recordación sobre un hecho.<sup>4</sup> De otro lado, las fuentes terciarias en este tipo de prácticas, y debido a que es un fenómeno relativamente emergente, no se encuentran aún publicadas, hasta donde pudimos evidenciar.

En cuanto al numeral b, experiencias turísticas, las fuentes primarias son escasas, en general lo que permitió lograr establecerlas fue flexibilizar su búsqueda bajo tres criterios básicos:

- ▼ Que se realizaran en espacio público o que estuvieran abiertas al público.
- ▼ Que contaran con público y por lo mismo, que se generara una experiencia.
- ▼ Remuneradas o no remuneradas.

Es importante señalar que este último aspecto adquiere una importancia central, en tanto la discusión sobre la mercantilización de la memoria y la oposición a esta suele representar a los profesionales en turismo y las ciencias sociales, respectivamente, por lo cual, se establece una tensión que hace necesario un diálogo que deberá enmarcarse en el terreno de lo ético.

Respecto a las fuentes secundarias, es frecuente que los hallazgos se inclinen hacia lo que en el contexto turístico se conoce como turismo oscuro, turismo *dark*, turismo morboso, entre otros, por lo cual, como se señaló antes, la tensión entre turismo y memoria encuentra dos posiciones que aunque comparten algunos elementos básicos relacionados con la forma, las motivaciones, propósitos y objetivos se encuentran distanciados, muy cerca de lo antagónico. En lo concerniente a las indagaciones de fuentes documentales disponibles bajo las circunstancias de esta pandemia por la que estamos

---

<sup>4</sup> Cárdenas (2003), Chethuan (2009), Gómez (2010), Gómez Tobón (2002), Ley 1448 de 2011, Pérez (2001), Posada (2012), Rettberg (2002), Rettberg (2008), Restrepo (2013), Rettberg et al. (2002) San Pedro (2006), Tressidder (2003), Ury (2000), Zuleta (1985).

atravesando en el momento de escribir el artículo, así como por la experiencia que nos da el haber estado trabajando este tema por algunos años, las fuentes terciarias son inexistentes, salvo claro está, por las bibliografías de los artículos mejor documentados.

Finalmente, el tercer elemento de la matriz el cual está relacionado con los apartados de las sentencias referidas a la reparación simbólica, las cuales aportan por supuesto un contexto detallado de los casos en cuestión, las fechas, hechos, lugares y actores; en donde se encuentra además la obligatoriedad de realizar este tipo de reparación, aunque no ofrece mayor información sobre el ejercicio como tal —no es su objeto—, sabemos, sin embargo, que la mayoría de sentencias recomiendan erigir un monumento en espacio público como garantía de no repetición.

Las fuentes secundarias apuntan a las sentencias proferidas por jueces de la república y las emitidas por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en casos colombianos y de otros países, estas fuentes establecen una crítica en tres direcciones:

- ▼ La concepción misma de la sentencia.
- ▼ El cumplimiento y ejecución de la sentencia.
- ▼ La apropiación por parte de las comunidades, lo cual presupone un nivel de identificación con el ejercicio de reparación.

Como en las dos categorías anteriores, las fuentes terciarias son posibles solamente desde una compilación propia de las bibliografías de los artículos y algunos documentos referidos en algunas sentencias.

Es importante señalar que la matriz contempla un análisis por separado de los elementos que acabamos de presentar, para luego realizar un análisis comparativo de los elementos comunes y las diferencias en cada uno de los elementos que constituyen el estudio (análisis transversal).

Finalmente, se estableció en la matriz una sección diferente para los textos resultado de investigación, en donde se interroga por las preguntas que se plantearon, la metodología utilizada, los resultados y conclusiones, lo

cual buscó establecer no solo la información temática y teórica de ese tipo de fuentes, sino que busca también establecer los elementos metodológicos (enfoques, técnicas e instrumentos, etcétera) para futuros análisis.

## Resultados: hacia el reconocimiento de un turismo de memoria y de reconciliación en Colombia

**D**esde el análisis documental, se encontró, en primer lugar, que para el caso colombiano, el sector turístico en Colombia ha sufrido los rigores del enfrentamiento desde hace 70 años. Aunque no es tan claro el inicio del conflicto, las fechas más probables se debaten entre 1946, en lo que se conoce como el inicio de la “Violencia institucional”, y 1948 con el magnicidio del líder popular Jorge Eliécer Gaitán. Aquí cabe mencionar que los principales actores del conflicto siguen siendo el Estado, la guerrilla, los paramilitares, los narcotraficantes y las bandas criminales. Para el caso del turismo, este conflicto no solo ha provocado unos lugares vedados por el desequilibrio en el orden público, sino la destrucción de innumerables patrimonios culturales, junto con el desplazamiento forzado, la desaparición forzada y el asesinato sistemático de millones de víctimas

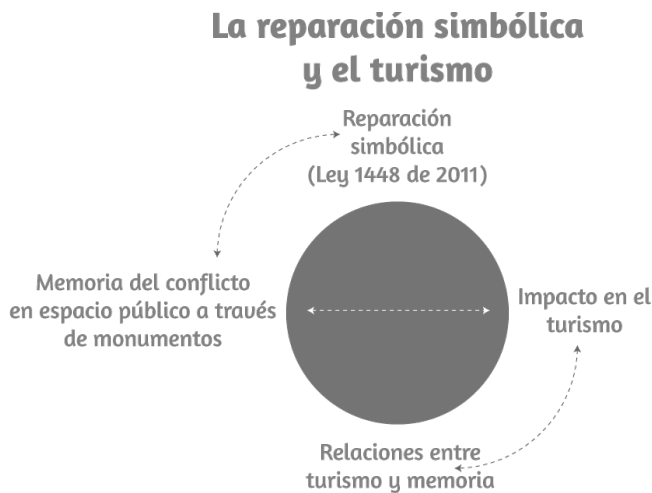
Según cifras oficiales, el conflicto armado ha dejado más de seis millones de víctimas a lo largo de la geografía colombiana, valga decir que dependiendo de la periodización y la fuente que se consulte, la cifra puede variar. Como una manera de paliar esta tragedia, aparece La ley de víctimas (1448 de 2011) que instituyó dentro de la triada: verdad, justicia y reparación, la “reparación simbólica”, como una garantía de no repetición, lo cual ha implicado principalmente erigir monumentos, así mismo, otras prácticas menos frecuentes como la creación de paseos peatonales con placas que tengan el nombre de las víctimas, conservación y restauración de lugares y publicación de informes, entre otros mecanismos de memoria, que en la mayoría de los casos han estado relacionados con prácticas artísticas.

La tendencia en los fallos judiciales de reparación simbólica en el país se ha centrado en ordenar monumentos, por ejemplo, el de la masacre de los 17 comerciantes en Puerto Boyacá, entre muchos otros. De otro lado, existe de la misma manera la reparación simbólica que no se da a través de un fallo

judicial: por ejemplo, los cantos del Pacífico colombiano como reparación a la masacre del Naya, las pinturas de los niños en la masacre del Aro, los cuadros en tela de las mujeres del Placer en Putumayo, etc.

Según cifras oficiales, el conflicto armado ha dejado más de seis millones de víctimas a lo largo de la geografía colombiana, valga decir que dependiendo de la periodización y la fuente que se consulte, la cifra puede variar. Como una manera de paliar esta tragedia, aparece La ley de víctimas (1448 de 2011) que instituyó dentro de la triada: verdad, justicia y reparación, la “reparación simbólica”, como una garantía de no repetición, lo cual ha implicado principalmente erigir monumentos, así mismo, otras prácticas menos frecuentes como la creación de paseos peatonales con placas que tengan el nombre de las víctimas, conservación y restauración de lugares y publicación de informes, entre otros mecanismos de memoria, que en la mayoría de los casos han estado relacionados con prácticas artísticas.

La tendencia en los fallos judiciales de reparación simbólica en el país se ha centrado en ordenar monumentos, por ejemplo, el de la masacre de los 17 comerciantes en Puerto Boyacá, entre muchos otros. De otro lado, existe de la misma manera la reparación simbólica que no se da a través de un fallo judicial: por ejemplo, los cantos del Pacífico colombiano como reparación a la masacre del Naya, las pinturas de los niños en la masacre del Aro, los cuadros en tela de las mujeres del Placer en Putumayo, etc.



**Figura 1-4.** *Reparación simbólica y turismo*

Antes del acuerdo de paz, era indudable que el sector turístico fuera uno de los renglones de la economía más beneficiados. De allí se esperaban nuevos retos para el sector y para las instituciones de Educación Superior, quienes indudablemente jugarían un papel muy importante en el proceso de tránsito. Bajo ese entendido, el sector turístico debía prepararse para la firma de la paz en dos sentidos: 1. para la avalancha inversionista en el sector, lo cual implicaba financiación de planes, programas y proyectos; 2. para hacer del turismo una de las herramientas de construcción de paz. De esta manera, se esperaba un turismo con capacidad para la recuperación de la experiencia histórica mediante la construcción de las rutas turísticas como un mecanismo de reparación simbólica.

Ahora bien, dentro del análisis se encuentran iniciativas importantes que podrían ser potencias desde los marcos que se proponen en este texto. El análisis documental arrojó que existen ejercicios de memoria, aunque no responden a la lógica de la reparación simbólica a través de fallo judicial, y aunque no se encuentran ligados exclusivamente a lo que se conoce como “conflicto armado”, pero a modo de resistencia cultural, ya se practicaban por distintos actores alrededor de diferentes conflictos pasados y presentes del país. De ella hacen parte, lo que puede encontrarse alrededor de la figura de Gaitán y el movimiento gaitanista (desde monumentos, pasando por el billete de mil pesos, hasta nombres de colegios y teatros, etc.), la Casa Arana (bien de interés cultural) en el Amazonas o monumentos, como el de la masacre en Villa Tina en Medellín.

De la misma manera, otros “lugares de memoria” que el análisis documental arrojó muestran, por ejemplo, la solicitud de las víctimas sobre la necesidad de restaurar la construcción donde funcionaban los hornos crematorios que los paramilitares utilizaban para desaparecer los cuerpos de sus víctimas en Norte de Santander. Cabe anotar que muchos de estos ejercicios de memoria se realizan en el espacio público, con lo que logran un impacto en las identidades territoriales, así como en la construcción de subjetividades, y, de la misma manera, cuestionan el concepto patrimonio cultural ligado únicamente a los objetos y prácticas culturales asociados a la monumentalidad histórica.

Desde el análisis documental, un espacio para plantear unas mediaciones con el patrimonio cultural es la exploración de manifestaciones artísticas alrededor de prácticas culturales asociadas a elementos de patrimonio inmaterial. Aquí resulta prudente abrir la reflexión sobre los patrimonios locales

y los innumerables repertorios simbólicos que operan en los territorios. En este caso particular, la posibilidad de desarrollo turístico ha de pasar por el reconocimiento de lo propio, desde un turismo de memoria con capacidad emancipadora y redentora, que no solo ponga en evidencia la tragedia y la catástrofe de los diferentes conflictos en el país, sino que además reconozca las diferentes posibilidades de construcción de identidades.

La posibilidad de activar unas memorias olvidadas, o por lo menos silenciadas, o tal vez de la necesidad de reconocer que deban quedar en el silencio, es una posibilidad que un turismo pensado desde lo comunitario y desde unas prácticas culturales particulares puede agenciar. Aunque la literatura analizada no muestra a las claras cuáles pueden ser los derroteros a seguir para avanzar en la comprensión de un turismo incluyente, resiliente y comprometido con la búsqueda de versiones del pasado que ayuden a restaurar el tejido social, cabe mencionar que más que replicar un turismo de memoria (en el sentido literal, repetitivo y memorístico), se requiere explorar alrededor de la masacre, unas reflexiones y aprendizajes que puedan ser resignificados desde la investigación, la apropiación social del conocimiento y sobre todo, nutrido por las valoraciones de un saber popular y ancestral.

En el reconocimiento y en la puesta en valor de nuevos referentes identitarios que por el ejercicio de la historiografía han quedado velados como minucias históricas, un turismo de memoria recompone los diferentes fragmentos desarraigados para potenciar diferentes rutas de sentido, que logren al mismo tiempo, fortalecer la imagen del viajero más allá del viaje planificado para posicionarlo como un agente que recuerda y narra acontecimientos. Apelar a las culturas del recuerdo, a los elementos patrimoniales y artísticos supone un gran desafío frente a la posibilidad de reparación simbólica. Un país que no reconoce sus muertos, que naturaliza la violencia y acepta además una desigualdad social como una especie de predestinación, deja en evidencia una formación de opinión pública y ciudadanía precaria.

Para el caso específico de la construcción de rutas turísticas acordes con el proceso de paz, se requiere apelar a una mirada relacional que involucre en primer lugar el reconocimiento de las potencialidades de la memoria como elemento pedagógico, el refuerzo de los valores patrimoniales, que refuerzan la idea de lo público y la comprensión de las desigualdades sociales.

Este diseño del producto turístico que involucra la memoria y la narrativa como eje de articulación de un conocimiento vivido busca una reactivación del recuerdo y, mediante su comprensión, una reparación simbólica bajo un reconocimiento histórico de lo que hemos sido como nación. Más allá de las posturas que legitiman la historia de los vencedores, lo que se busca con esta propuesta es potenciar el respeto por diferentes formas de narrar el conflicto, bajo el reconocimiento de las carencias propias de nuestro proceso de construcción de ciudadanía, como es la ausencia de memoria histórica y una carencia de lo público. En esta medida, los procesos educativos y su vinculación con el sector turístico deberían insistir en la formación de ciudadanos responsables con sus procesos identitarios y en capacidad de ofrecer diferentes diálogos sobre la representación de Colombia.

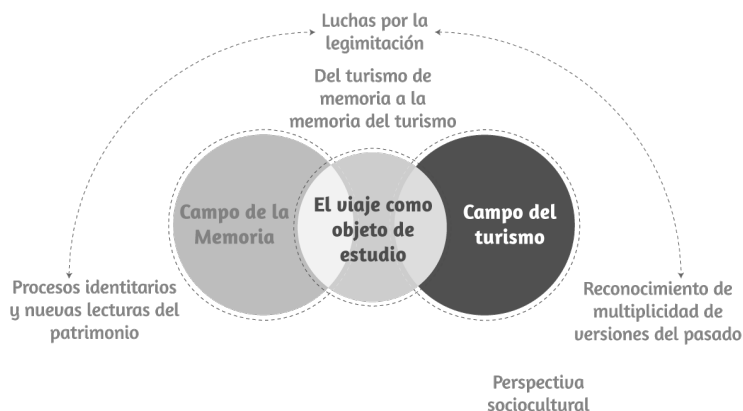


Figura 1-5. Nuevas posibilidades en la relación turismo y memoria

## Conclusiones: del turismo de memoria a la memoria del turismo

**E**n la actualidad, la construcción de rutas turísticas adolece de reflexiones profundas sobre la experiencia histórica y su relación con las diferentes versiones del pasado. La importancia de la versión de las víctimas, la multiplicidad de versiones, la selección de fuentes de información desde donde se construye la mediación, incluso la mercantilización de la memoria, entre otras cuestiones problemáticas, requieren ser tenidas en cuenta en la construcción de guiones interpretativos realizados bajo profundas investigaciones.

En esa dirección, es necesario estructurar propuestas turísticas que le permitan no solo a los guías, sino al sector turístico en general, pensar la relación que existe entre turismo, el conflicto y la reparación simbólica al plantear nuevas versiones turísticas que además puedan ser incluyentes y críticas. El tránsito que se propone es pasar de un turismo de memoria a comprender una memoria del turismo, no en el sentido de una historia del turismo, sino en el entendido de vincular directamente los estudios realizados en el campo de la memoria para ser utilizados y reincorporados a la actividad turística. Vale aclarar que esta emergencia está en proceso de construcción. Sin embargo, desde el análisis documental realizado en esta investigación, se efectuaron aproximaciones sobre prácticas turísticas bajo algunos aportes de casos locales que abordan la tensión entre memoria histórica y turismo. El desarrollo conceptual más consistente ha estado enmarcado en los estudios de memoria, allí existen diferentes reflexiones teóricas, metodológicas y epistemológicas que permiten desarrollar análisis sobre la influencia que ejerce la memoria sobre el turismo en contextos de conflicto como el colombiano.

Las potencialidades de este vínculo en términos de la construcción identitaria y simbólica de los lugares permite establecer no solo una relación entre el turismo y la memoria, sino además del turismo con diferentes repertorios simbólicos como la literatura y el arte. Estos entramados que hacen parte de la cultura no solo requieren de su visibilización y puesta en valor sino de la difusión y la reflexión que se puede propiciar desde un espacio académico e interdisciplinar entre los estudios de la memoria y el turismo.

En efecto, estos referentes culturales y dispositivos del recuerdo necesitan no solo el reconocimiento, la justicia y la reparación, sino además el recorrido, el viaje y la generación de vínculos identitarios con los lugares. Es posible de tramitar la garantía de no repetición de estos hechos de barbarie a través de la reparación simbólica de un turismo de memoria que reconozca la memoria. En esa dirección, el turismo cumple una función de vital importancia, en tanto mediador de la memoria del conflicto colombiano, en los lugares en que se realizan prácticas de reparación simbólica (a través de fallo judicial en el marco de la ley de víctimas) o en los ejercicios de recordación realizados por las comunidades y/o académicos, artistas, entidades, ONG, etc.



Finalmente, de cara a enfrentar un escenario de pospandemia, esta relación puede ser entendida como la reflexión sobre el viaje y el recorrido desde unas representaciones del pasado concertadas, disimiles y hasta contradictorias, pero mediadas por una ética del recuerdo y una responsabilidad histórica sobre la base de la reparación simbólica. Esto permite realizar y construir diferentes propuestas que se relacionen con la revalorización cultural e identitaria de diferentes poblaciones y territorios que hacen parte de esa memoria olvidada en el país. La reivindicación de campesinos, indígenas, afrodescendientes y todas las identidades subordinadas en la construcción de país, no solo necesitan mayor protagonismo en la difusión de Colombia como país megadiverso, multiétnico y pluricultural, sino que en esa reivindicación se encuentran las bases de un turismo responsable, sostenible y sobre todo un turismo de memoria que busque la reconciliación y contribuya a fortalecer los procesos de paz.

En este sentido, se proponen como nuevas líneas de trabajo investigativo, la relación de unos agentes con sus territorios y sus pasados desde una clave analítica que vincule saberes mestizos y potencie los recursos simbólicos de las poblaciones locales desde la relación turismo-memoria. Por otro lado, la relación con el patrimonio cultural, entendido como el producto provocado por luchas sociales, puede abrir nuevas posibilidades de pensar los procesos de patrimonialización en la medida en que se acepten las dificultades de un proceso de construcción de identidades desde discursos que contengan contradicciones, desigualdades y proyecciones reivindicativas. Por último, al descentrar al turismo como actividad económica se pueden promover unas formas de intercambio intercultural de lugares, prácticas y, sobre todo, de capitales simbólicos que, en la forma de redes duraderas, tengan recuerdos, anécdotas y aprendizajes que transmitir a la humanidad.

## Referencias

- Acevedo, O. (2002). *Geografías de la memoria: posiciones de las víctimas en Colombia en el periodo de justicia transicional (2005-2010)*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/42499>
- Avishai Margalit. (2002). *Ética del recuerdo*. Herder.
- Bourdieu, P. (1999). Efectos de lugar. En: *La miseria del mundo*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2003). *El oficio de científico*. Anagrama.
- Bourdieu, P. (2006). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores.
- Bustos, L., Caro, L. & Chisco, K. (2016). Racismo en Estados Unidos: desafíos en el mundo contemporáneo. *Ciudad Paz-Ando*, 9(2), 107-119. <https://doi.org/10.14483/2422278X.11418>
- Cárdenas, M. (2003). *La construcción del posconflicto en Colombia. Enfoques desde la pluralidad*. Editorial FESCOL y CEREC.
- Cardona, H. (2012). *Del olvido a la memoria viva*. Organización Internacional para las Migraciones. <https://publications.iom.int/es/books/del-olvido-la-memoria-viva>
- Castillo Nechar, M. & Panosso Neto, A. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 384-403.
- Crespo, C. y Tozzini, M. (2011). De pasados presentes: hacia una etnografía de archivos. *Revista Colombiana de Antropología*, 47(1), 69-90.
- Chethuan, G. (2009). *El posconflicto en Colombia: una realidad mediática*. (Trabajo de grado de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana). <http://hdl.handle.net/10554/5316>
- Dutceac Segesten, A. & Wüstenberg, J. (2017). Memory studies: The state of an emergent field. *Memory Studies*, 10(4), 474-489. <https://doi.org/10.1177/1750698016655394>
- Echavarría Carvajal, J. (2016). Debates y redefiniciones del patrimonio cultural. *Ciencias Sociales y Educación*, 5(9), 109-126. <https://doi.org/10.22395/csye.v5n9a5>
- Eliade, M. (1996). *Mito y realidad*. Editorial Labor.

- Erl, A. (2012). Introducción. ¿Por qué estudiar la memoria? En: *Memoria colectiva y culturas del recuerdo estudio introductorio*. Universidad de los Andes.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En: Aguilar Criado, E. (ed.), *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/130>
- Gómez, J. (2010). *Diario del coronel Francisco Duque Ramírez: presencia antioqueña en la Guerra de los Mil Días*. Fondo Editorial ITM.
- Gómez Tobón, J. (2002). *Turismo, Conflicto armado y Paz en Colombia*. Universidad Externado de Colombia.
- Groys Boris. (2008). *Bajo sospecha: una fenomenología de los medios* (Manuel Fontán del Junco trad. Alejandro Martín Navarro, ed.). Pre-Textos.
- Ibagón Martín, N. J. (2016). *Entre ausencias y presencias ausentes: los textos escolares y el lugar de lo negro en la enseñanza de la historia de Colombia, 1991-2013*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/42477>
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130039A>
- Le Goff, J. (1991). Documento/monumento. En: *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario* (pp. 227-239). Paidós.
- Ley 1448 de 2011. Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones. Junio 10 de 2011. <https://www.funcionpublica.gov.co/eua/gestornormativo/norma.php?i=43043>
- Llano, F. y Araque, G. (2019). *Los viajeros están de viaje: Turismo, memoria y la experiencia cultural del viaje*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15334.47685>
- Menchero Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 415-438. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2018.i39.20>
- Mendoza García, J. (2004). Las formas del recuerdo. La memoria narrativa. *Athenea digital*, (6). <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/view/34157>

- Mendoza García, J. (2014). La configuración de la memoria colectiva: los artefactos. Por caso, la escritura y las imágenes. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 2(3), 103-119
- Pérez, T. (2001). Conflicto y posconflicto: una mirada a la política de seguridad democrática. *Separata humanística*, 5(10), 129-150. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3948593>
- Posada, E. (2012). *¿Guerra civil? Ideas para la paz*.
- Ramos, R., Molina, S. y Tresserras, J. (2006). Hacia un estado de la cuestión en investigación turística. En: R. Guevara Ramos (ed.), *Estudios multidisciplinares en turismo* (pp. 17-68). Secretaría de Turismo; Centro de Estudios Superiores en Turismo; Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo.
- Rettberg, A. (2002). Diseñar el futuro: una revisión de los dilemas de la construcción de paz para el posconflicto. *Revista de Estudios Sociales*, (15), 15-28. <https://doi.org/10.7440/res15.2003.01>
- Rettberg, A. (2008). *Reparación en Colombia ¿Qué quieren las víctimas?* Con el auspicio de Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH. Proyecto “Apoyo a la Fiscalía General de la Nación en el contexto de la ley de Justicia y Paz- un ejemplo de justicia transicional, Profis”; Cooperación técnica Alemana. Recuperado el 18 de mayo del 2013 desde: [especializacionpaz.info:8080/.../L-111-Rettberg\\_Angelika-2008-394.pdf](http://especializacionpaz.info:8080/.../L-111-Rettberg_Angelika-2008-394.pdf)
- Rettberg, A., Camacho, A., Chaux, E., García, A., Iturralde, M., Sánchez, F., Sanz de Santamaría, A. y Wills, L., (2002). *Preparar el futuro: conflicto y posconflicto en Colombia*, Universidad de los Andes, Fundación ideas para la paz. Universidad de los Andes, Fundación Ideas para la Paz y Alfaomega.
- Restrepo, J. (22 de abril de 2013). Es hora de pensar en el post conflicto. *El Nuevo Siglo*. Recuperado de <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/4-2013-es-hora-de-pensar-en-el-post-conflicto>
- Revelo, L. R. (2020). Memoria, reparación simbólica y arte: la memoria como parte de la verdad. *FORO. Revista de Derecho*, (33), 30-65. <https://doi.org/10.32719/26312484.2020.33.3>
- Sánchez-Rivero, M., Rodríguez-Rangel, M. C. y Ricci-Risquete, A. (2021). Percepción empresarial de la pandemia por COVID-19 y su impacto en el turismo: un análisis cualitativo del destino Extremadura, España. *Estudios Gerenciales*, 37(159), 265-279. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.159.4427>
- San Pedro, P. (2006). *El posconflicto bajo el prisma de las víctimas*. Fundación para las relaciones internacionales y el dialogo exterior.

- Serna, A. (2006). Identidad ciudadana, lenguajes coloniales y conflicto social. En: M. T. Cifuentes (ed.), *Ciudadanía y conflicto memorias del seminario internacional*. Editorial UD.
- Serna, A. y García, R. (2002). *Dimensiones críticas de lo ciudadano: problemas y desafíos para la definición de la ciudadanía en el mundo contemporáneo*. Editorial UD.
- Shin, J. S. (2017). Dynamic catch-up strategy, capability expansion and changing windows of opportunity in the memory industry. *Research Policy*, 46(2), 404-416. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.09.009>
- Stella, M. E. (2020). Memoria, olvido y anamnesis en Nuremberg, Its lesson for today (Schulberg, 1948). *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación* , 108, 59-70. <https://doi.org/10.18682/cdc.ui108.4047>
- Todorov, T. (2013). *Los abusos de la memoria*. Paidós.
- Tressidder, J. (2003). *Diccionario de los símbolos*. Grupo Editorial Tomo S.A de C.V.
- Ury, W. (2000). *Alcanzar la paz*. Paidós.
- Velandia, C. (2020). *Escenarios para la reactivación del sector turístico de zipaquirá en el ambiente COVID-19*. (Proyecto de investigación, Universidad Nacional Abierta y a Distancia). <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/35716>
- Vives-Miró, S. y Rullan, O. (2017). Desposesión de vivienda por turistización? Revalorización y desplazamientos en el centro histórico de palma (Mallorca). *Revista de Geografía Norte Grande*, (67), 53-71. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022017000200004>
- Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo. Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(1), 149-170. <http://www.mendeley.com/research/avances-en-la-construccion-del-conocimiento-del-turismo-pensando-la-disciplina-del-turismo-desde-una>
- Zuleta, E. (1985). *Sobre la guerra en: sobre la idealización en la vida personal y colectiva y otros ensayos*. Procultura.

## CAPÍTULO II

# LA MEMORIA COMO OBJETO DE MERCANTILIZACIÓN Y CONSUMO A PARTIR DEL TURISMO EN LAS RUINAS DE ARMERO

Alvelayis Nieto Mejía<sup>1</sup>  
Jorge Alexander Mora<sup>2</sup>  
Edwin Bonelo Martínez<sup>3</sup>

- 
- 1 Universitaria Uniagustiniana, Programa de Hotelería y Turismo, Bogotá, Colombia.  
Correo electrónico: [alvelayis.nieto@uniagustiniana.edu.co](mailto:alvelayis.nieto@uniagustiniana.edu.co). ORCID 0000-0002-4532-0732
  - 2 Universitaria Uniagustiniana, Programa de Hotelería y Turismo, Bogotá, Colombia.  
Correo electrónico: [jorge.mora@uniagustiniana.edu.co](mailto:jorge.mora@uniagustiniana.edu.co). ORCID, 0000-0001-7764-0370
  - 3 Universitaria Uniagustiniana, Programa de Hotelería y Turismo, Bogotá, Colombia.  
Correo electrónico: [edwin.bonelo@uniagustiniana.edu.co](mailto:edwin.bonelo@uniagustiniana.edu.co). ORCID 0000-0003-2592-4501

## Resumen

Las ruinas del municipio de Armero como lugar simbólico se enfrentan a la dicotomía de ser reconocidas como lugar de memoria o lugar de historia, dicotomía en la que se hace difícil distinguir qué es lo uno y qué es lo otro, puesto que las prácticas turísticas desarrolladas allí materializan su espacio como un lugar de consumo, desdibujando los propósitos reales de las visitas de los viajeros. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo apunta a comprender por qué la memoria se transforma en un objeto de mercantilización y consumo a partir del turismo en las ruinas de Armero. En su estructura metodológica, se realizó una investigación de enfoque cualitativo fundamentado en un paradigma interpretativo; el método se orientó desde la etnografía de los lugares, y la sistematización de la información se realizó utilizando la técnica de análisis de contenido inductivo. Se propone una reflexión crítica sobre cómo la mala planificación transforma la memoria en objeto de consumo en un proceso progresivo de turistificación.

**Palabras clave:** turismo, memoria, mercantilización, turistificación.

## Abstract

**T**he ruins of the municipality of Armero as a symbolic place face the dichotomy of being recognized as a place of memory or a place of history, a dichotomy in which it is difficult to distinguish what is one and what is the other, since the tourist practices developed there they materialize their space as a place of consumption, blurring the real purposes of the travelers' visits. Therefore, the objective of this work aims to understand why memory is transformed into an object of commodification and consumption based on tourism in the ruins of Armero. In its methodological structure, a qualitative approach research based on an interpretive paradigm was carried out; The method was oriented from the ethnography of the places, and the systematization of the information was carried out using the inductive content analysis technique. A critical reflection is proposed on how poor planning transforms memory into an object of consumption in a progressive process of tourism.

**Keywords:** Tourism, memory, commodification, touristification.

## Introducción

**E**n la actualidad, muchas personas muestran interés por visitar lugares alternativos a los destinos turísticos convencionales. Es allí donde la curiosidad se ha convertido en un factor determinante para muchos viajeros que quieren conocer lugares asociados a tragedias humanas, ocasionadas ya sea por desastres naturales, guerras, crímenes u otros (Hartman, 2014; Light, 2017; Podoshen, 2018). Estos encuentros se establecen como un escenario para reconocer la memoria de la tragedia a través de procesos de turistificación y, por lo general, son impulsados por una demanda turística emergente, conocida bajo diferentes denominaciones, como: turismo de trauma, recuerdo, horror, dolor, muerte o simplemente como turismo oscuro. Adicionalmente, los estudios relacionados con la experiencia turística asociada a lugares de tragedia aumentan constantemente (Ilieu, 2020).

Partiendo de lo anterior, el desastre natural ocurrido en Armero, Colombia, el 13 de noviembre de 1985 se convierte en el epicentro de esta investigación. La tragedia de Armero, como es conocida, se originó a partir de la erupción del volcán Nevado del Ruiz, la cual estuvo acompañada de varios sismos, todo esto generó una avalancha a través del cauce del río Lagunilla, que destruyó el municipio de Armero (Mojica et al., 2015). Este espacio es sin lugar a dudas el desastre natural más impactante para el país, ya que, sepultó a un municipio de aproximadamente 29.000 habitantes. No hay datos exactos, pero los organismos del Estado calculan que las víctimas mortales fueron entre 25.000 a 30.000, incluyendo municipios vecinos (Ospina Enciso, 2013). Este escenario del desastre natural sin precedentes fue declarado camposanto por decreto de la Presidencia de la República y ratificado por el papa Juan Pablo II en 1986 (Suárez Guava, 2009).

Con el transcurrir de los años, las ruinas de Armero se convirtieron en un destino para muchos viajeros (figura 2-1), con el fin de conocer la tragedia. Es imprescindible indicar que, entre las múltiples motivaciones de las personas para visitar lugares de tragedia, se destacan la recreación, la educación, la historia y las actividades culturales (Farmaki, 2017, Stone, 2013, Light, 2017). Por eso, muchos visitantes sienten interés por conocer las ruinas de Armero, y no son unánimes las motivaciones por conocer este lugar. Los turistas que consumen Armero como destino son “peregrinos modernos” en busca de lo



“nuevo” y “diferente” en lo que suponen son experiencias auténticas en el marco del turismo alternativo, en ese sentido, se entienden como viajeros alocéntricos (Yeniuyurt y Townsend, 2017).

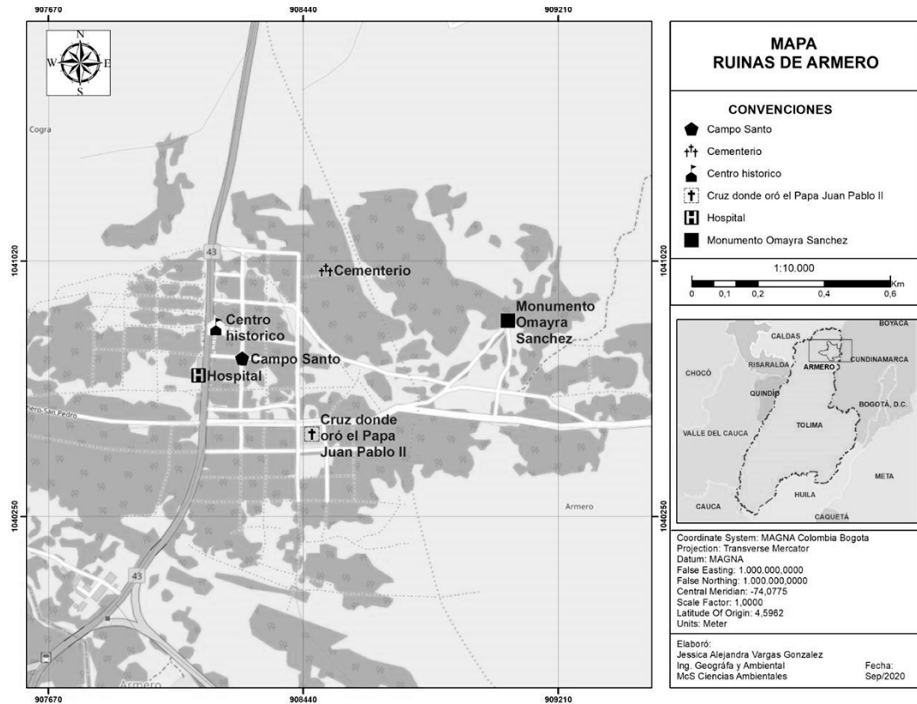


Figura 2-1. Ruinas del municipio de Armero

En la figura 2-1 se pueden observar las ruinas de Armero y su distribución en el territorio. Por un lado, se encuentran las principales avenidas, el hospital, la cúpula de la iglesia y el último piso del hospital del antiguo municipio. En la parte norte, se encuentra el cementerio, en el costado oriental se observa la tumba de Omayra Sánchez, hoy un importante lugar de peregrinación. En el sector sur, se encuentra un monumento a la memoria de las víctimas que fue construido posterior a la tragedia, y la cruz donde el papa Juan Pablo II oró por todas las víctimas de Armero.

Las ruinas del municipio de Armero como lugar simbólico se enfrentan a la dicotomía de ser reconocidas como lugar de memoria o lugar de historia, dicotomía en la que se hace difícil distinguir qué es lo uno y qué es lo otro. Menciona Nora (2009) que el lugar de la memoria tiene tres sentidos: lo material, lo simbólico y lo funcional. Así, en Armero hacen presencia lo material, en sus ruinas; lo simbólico, en cuanto lugar de tragedia; y lo funcional, en tanto lugar de recuerdo y destino de turistas curiosos. Lo anterior se da, fundamentalmente, porque el Armero de hoy es un lugar para el turismo, en el que intervienen todas sus dinámicas, particularmente las mercantiles, donde las comunidades ofrecen servicios de manera desorganizada como forma de empleo por causa de la pobreza. Así entonces, el valor simbólico de un lugar de memoria se transforma en un objeto más de consumo a partir de las prácticas turísticas, lo cual lleva a una turistificación de la memoria, entendida como un proceso en el que se efectúa la apropiación por parte de un grupo, actor o agente del territorio, y su única identificación común es la comercialización de la práctica turística (Knafou, 1999).

Las dinámicas comerciales que se manifiestan en las ruinas del municipio de Armero se articulan a la lógica de mercado; allí los turistas pagan por un servicio que reciben, estableciendo otra lógica: la de la apropiación por medio de la compra del espacio simbólico; todo esto unido al cambio cultural que convierte el viaje en un objeto de consumo y el destino como objeto de colección. Lo anterior ocasiona una suerte de desarticulación entre el espacio simbólico de memoria y la lógica de mercado del turismo. El turismo allí no está planificado desde una dimensión político-administrativa y de gestión de la cultura y la memoria, por lo que Armero se desdibuja como territorio simbólico desde esa óptica. En perspectiva, el neologismo turistificación actúa como una tentativa o estrategia de grupos y de individuos que por separado buscan alcanzar, influenciar y controlar recursos y personas por medio de la delimitación de áreas específicas (Nieto, 2018). De esta manera, logran una especie de desterritorialización que genera debilitamiento de los vínculos entre la cultura, la memoria y el lugar.

Así entonces, la turistificación de la memoria en las ruinas de Armero genera una desterritorialización que actúa desde lo cultural, en la cual se pierde el significado simbólico de la tragedia (Nieto *et al.*, 2020), en tanto que es cosificada como objeto de consumo y espectáculo para el turismo, actuando desde una oferta desordenada, despreocupada e indiferente para una

demanda desinformada, curiosa y consumista. La turistificación y mercantilización de la memoria en las ruinas de Armero, producto de la tragedia, se analiza en el presente artículo en dos perspectivas. Primero, con el fin de conocer a los turistas como inductores del cambio, puesto que, en su mayoría, no están informados; por lo tanto, no existe el sentido de valoración, apropiación y significado simbólico del lugar de memoria. Muchos de ellos son forasteros que consumen el destino como un producto más en una colección de lugares visitados para poder decir “yo estuve allí” (Correia *et al.*, 2016). Segundo, en el destino turístico como espacio para el entretenimiento que adquiere una narrativa propia para ser puesta en escena, se fabrican imágenes y experiencias artificiales en torno al recuerdo de una historia que carece de sentido y significado al estar ausente de todo valor simbólico, en tanto que la memoria de la tragedia queda relegada e invisibilizada desde la ausencia de su presencia, pero con la presencia de su ausencia.

A partir de lo anterior, se afirma que el presente capítulo analiza los procesos de mercantilización y turistificación que se manifiestan en el espacio simbólico de las ruinas de Armero. En este sentido, puede aportar a la gestión adecuada en la planificación del territorio turístico y a cumplir objetivos estratégicos que permitan satisfacer las demandas y deseos de los turistas, en concordancia con una gestión patrimonial idónea. Se evidencia la necesidad de gestionar, de manera ética, la memoria de la tragedia de Armero como un recurso turistificable y patrimonializable en la lógica del turismo alternativo, en el cual gustos, preferencias y motivaciones deben ser moldeados permanentemente atendiendo las tendencias turísticas globales. De este modo, adaptándose a las motivaciones de los nuevos viajeros alocéntricos que buscan destinos que les entreguen otras experiencias en un sentido pedagógico, para proyectar a Armero como aula abierta para el aprendizaje colectivo y como estrategia de sensibilización y educación en torno a la memoria de un pueblo. Para ello, esta investigación aborda una exhaustiva revisión de literatura que aporta a la construcción teórica para generar una valoración y apropiación simbólica de la memoria de la tragedia en el municipio de Armero.

Un lugar de memoria no es cualquier lugar en el recuerdo, puesto que implica voluntad para recordar y valor simbólico para proyectar. Memoria e historia tienden a confundirse; la memoria cobra forma como proyección voluntaria de una comunidad que le otorga un significado como valor

simbólico; así, entonces, con ausencia de significado, solo sería un recuerdo, y con ausencia de voluntad solo sería historia. Por otro lado, estos lugares de memoria o historia se convierten en un factor motivacional para muchos visitantes que quieren conocer lugares como Armero. Incluso, la visita de lugares de tragedia tiene una reacción emocional positiva en la experiencia turística de los viajeros (Yan *et al.* 2016). Por ello, existe una necesidad manifiesta de hacer una correcta gestión del patrimonio y la memoria para el turismo en destinos que cuenten con una relevancia histórica y cultural. En concordancia con lo anterior, la memoria histórica de la tragedia de Armero debe ser correctamente gestionada desde perspectivas asociadas a la cultura turística, el conocimiento, la conciencia, la valoración y, fundamentalmente, el respeto, en el marco de los valores éticos de una sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental que permita minimizar impactos en relación con la turistificación de la memoria.

## Marco teórico

La experiencia turística, especialmente la que se da en sitios con un pasado trágico, está mediada por el tipo de nociones que poseen los diferentes actores que hacen parte de dicha vivencia, sumada a los discursos y transformaciones que se dan en los lugares trágicos por parte de instancias que van desde los pobladores hasta las entidades públicas, pasando por los turistas y organizaciones de carácter privado. Por ello, con el fin de identificar las dinámicas de las prácticas turísticas en sitios como las ruinas de Armero, se plantea la necesidad de identificar la relación de los visitantes con el sitio y el tipo de oferta y demanda que puedan presentarse, mediados por el ejercicio de la memoria, que puede ser directa (sobrevivientes) o indirecta (familiares de sobrevivientes y turistas en general atraídos por los imaginarios construidos a partir de los medios de comunicación).

### Turismo, memoria y olvido

A diferencia de otras, la noción de “turismo de memoria” no ha sido ampliamente abordada como categoría de análisis de fenómenos turísticos. *A priori* puede resultar obvio que el ejercicio de la memoria de los habitantes de un

lugar determinado o de los visitantes no permanezca inalterado luego de la conversión de un lugar en sitio de interés turístico.

La actividad turística en sitios con un pasado trágico ha estado inmersa en la tensión entre la constitución de los espacios de memoria por parte de las comunidades que los habitan y las autoridades, por un lado, y las diversas intencionalidades que acarrearán los visitantes que arriban a estos lugares, por el otro. Dicha tensión está atravesada, además, por las dinámicas comerciales que hacen de los territorios espacios de entrecruzamiento de significados e intereses por parte de los sujetos involucrados: habitantes, comerciantes y turistas, pasando por las autoridades y la academia.

Los monumentos y, en general, todos los sitios de conmemoración están supeditados, inevitablemente, a un ejercicio de poder: qué se representa, cómo se representa y, sobre todo, qué se calla. Este es el estado de cosas que representan los *lugares de memoria* (Nora, 2009), los cuales pretenden “fijar” el recuerdo de las comunidades frente a hechos generalmente traumáticos. Los lugares de memoria sintetizan lo complejo de las nociones de la memoria colectiva. Para Nora (2009), dichos lugares son, a su vez, “simples y ambiguos, naturales y artificiales, abiertos inmediatamente a la experiencia más sensible y, al mismo tiempo, fruto de la elaboración más abstracta” (p. 32). En otras palabras, el espacio físico, sea este entendido de diversas maneras, solo llega a considerarse lugar de memoria en el momento en el que una comunidad, a través de la imaginación, “le confiere un aura simbólica” y lo apropia como espacio para lo ritual, entendido este último como la recreación simbólica y permanente de los acontecimientos vividos por sus habitantes y cualquier persona relacionada. Los lugares de memoria son, en últimas, espacios donde converge lo material, lo simbólico y lo funcional.

Tal como se afirmaba anteriormente, alrededor de estos lugares se producen las tensiones existentes entre los diferentes actores que buscan, en menor o mayor grado, apropiarse de la memoria; desde los mismos pobladores, las instancias gubernamentales y la academia, sin dejar de lado las dinámicas económicas globales. Sobre este último aspecto, a pesar de que muchos lugares y experiencias turísticas son producto de iniciativas locales y no son frecuentemente visitadas por turistas internacionales, para autores como Lanfant (1995), es imposible concebir el turismo como una actividad desligada de las dinámicas económicas a nivel global. Por ello, para el abordaje

de la experiencia turística, y más precisamente donde dicha experiencia va ligada al ejercicio de la memoria, es necesario reconocer que el mercado trastoca inexorablemente los lugares de memoria en cuanto materializadores de los significados que aquellas comunidades locales que vivieron eventos traumáticos construyeron en el territorio. El comercio es un importante instrumento para silenciar o potenciar determinados aspectos que constituyen la totalidad de las connotaciones sobre el lugar de la tragedia.

El ejercicio del turismo de memoria, al igual que todo evento de memoria, es, en concreto, una pugna constante entre la memoria, la rememoración y el olvido (Ricoeur, 2000). En últimas, los sitios de memoria están impregnados por aquello que se recuerda y la manera en que se recuerda, todo esto ligado a los espacios de materialización de memoria, los artefactos de memoria, siguiendo a Vygotsky (citado por Mendoza García, 2014), entendidos como un “sistema mediador entre el ser humano y su entorno, como posibilitador de recuerdos, como material de reconstrucción, lo cual permite trabajarlos desde una perspectiva psicosocial en la memoria colectiva” (p. 104). La memoria, como todo proceso simbólico, está ligada a diferentes objetos que permiten a individuos o comunidades permanecer conectados a los acontecimientos con el fin de revivir de manera constante los significados de sucesos pasados. En síntesis, los artefactos de memoria son entendidos como objetos de naturaleza social que son utilizados como mediadores entre el recuerdo y el presente de las diferentes comunidades. Por ello, la presencia o desaparición por descuido de lugares asociados a la memoria se constituye en un ejercicio de poder de las diferentes instancias involucradas en la transformación del territorio.

En cuanto al abordaje de la noción de turismo de memoria, para autores como Godis y Nillson (2018), esta se asume como una subcategoría del turismo patrimonial (*heritage tourism*). Por otro lado, siguiendo a Timothy (1997), quien distingue cuatro niveles de experiencia de turismo patrimonial, de lo global a lo personal, Godis y Nillson (2018) afirman que el turismo de memoria se encuentra “estrechamente relacionado con la experiencia de patrimonio personal” (p. 1692), en cuanto que la práctica misma de la memoria lleva “alguna clase de relación implícita entre el pasado y el presente”. Especialmente en las sociedades occidentales, esta práctica entra en juego con las dinámicas de individualización y desconexión “personal y geográfica” con el pasado. Por ello, para estos autores, el turismo de memoria

es parte de un ejercicio continuo por la apropiación del espacio, teniendo especial énfasis en los turistas que tuvieron que vivir, años atrás, experiencias de diáspora de los sitios que ahora visitan.

En todo caso, es necesario aquí enfatizar que, en el ejercicio turístico, la memoria no es propiedad exclusiva de los habitantes del lugar, sino de todas aquellas personas que vivieron, de manera directa o indirecta, el evento traumático. Por ello, autores como Marschall (2012) abordan el turismo de memoria desde la perspectiva de las personas que regresan tiempo después a los lugares en los que vivieron, independientemente de que su situación haya sido dolorosa o no. En este caso, Marschall denomina esta práctica “turismo de memoria personal”, asociada con la nostalgia, entendida como la acción de “anhelar un momento diferente: el tiempo de nuestra infancia, los ritmos más lentos de nuestros sueños” (Boym, 2001, citado por Marschall, 2012, p. 327). En el caso de la memoria personal asociada a eventos traumáticos o dolorosos, la autora asegura que aquella práctica turística está motivada por “un deseo psicológico de curación emocional”. En otras palabras, este tipo de turismo se realiza como parte de un proceso de catarsis, muchas veces ayudado por el encuentro con otros sobrevivientes que visitan o habitan el lugar de memoria.

Un aspecto adicional a tener en cuenta consiste en la transición entre la experiencia física y una experiencia simbólica que llegan a vivir las personas que persiguen el turismo de memoria al visitar los sitios de memoria. Para ello, se ha adaptado el término liminalidad, propio de disciplinas como la antropología cultural, para analizar desde el cambio de experiencia de la cotidianidad a la visita del sitio de memoria hasta las diferentes experiencias culturales, emocionales e intelectuales que se ven replanteadas a partir de este tipo de prácticas (Beckstead, 2010; Shields, 1991; Downey, Kinane y Parker, 2016; Beckstead, 2010; Prosise, 2003, citados por Pastor y Kent, 2020). En este sentido, Pastor y Kent (2020) abordan la liminalidad en el contexto de los cambios estructurales que se realizan a los espacios de memoria y cómo estos afectan de diferentes maneras las percepciones y las concepciones que sobre los eventos ocurridos allí tienen los visitantes. Estos tipos de análisis espacial arrojan información sobre la transformación de los lugares de memoria o la conservación de sus rasgos particulares que poseían en el momento del evento traumático, denominados estos últimos como “paisajes de trauma” (Pastor y Kent, 2020). Por ello, se hace imperiosa la

necesidad de concebir los sitios de memoria como “palimpsestos de memoria que van más allá de la memoria individual” (Manning, 2010, citado por Pastor y Kent, 2020, p. 267). Esto último implica el gigantesco esfuerzo por concebir los sitios de memoria como espacios físicos y simbólicos que reflejan los diferentes puntos de liminalidad, en especial, de los habitantes y visitantes.

## Patrimonialización en los destinos turísticos emergentes

**E**n los últimos años, se ha construido un discurso de la protección, valoración y divulgación cultural que tiene como fin hacer emerger del olvido bienes y manifestaciones culturales, más los valores simbólicos de un territorio que hoy se muestran atractivos para la “ludificación” (Cabrerizo, Sequera y Bachiller, 2016), a la vez que espacio para la experimentación entre el turismo y el patrimonio, mediados por la dinámica de mercado. De esta manera, se asiste a una aparente polaridad entre la gestión cultural y la gestión económica, garantizando una aparente sostenibilidad desde el discurso instituido. En esa dinámica, convergen diversos actores, tales como el empresariado regional, los operadores turísticos, los terratenientes, los gestores culturales y los actores políticos. En ese sentido, la gestión del patrimonio por medio del turismo tiene una utilidad que resulta dicotómica: se aparta e invisibiliza si llega a representar un obstáculo para sus intereses o inversiones y se conserva y divulga si contribuye con el mantenimiento de su poder económico.

Desde esos presupuestos, es necesario distinguir entre valoración y valorización, lo cual puede llevar a comprender la noción semántica de la patrimonialización. Del Valle (2015) señala que la valoración hace parte de las representaciones que las comunidades tienen en términos de valores hacia su herencia cultural e identidad, es el significado y la apropiación simbólica del pasado común que lo determinan como algo importante para darle continuidad al interior de su organización social. Del mismo modo, la valorización es un proceso de apreciación que se construye desde el debate público, desde el intercambio de opiniones con la mediación de los argumentos y el sentido de la discusión; es también la intervención de los expertos que cons-



truyen, desde la retórica y los discursos teóricos, sus formas de apropiación con el fin de que los individuos tengan la posibilidad de apropiar y valorar su herencia cultural.

La valorización patrimonial induce, desde una visión compartida y concertada, cómo poner en valor los recursos culturales para la generación de ingresos económicos con el concurso de los medios de comunicación, los expertos y las declaratorias desde la política cultural. Desde esa óptica, entra en juego la valorización turística, pues ha de dotarse a los bienes y manifestaciones culturales de ciertos significados para que se construya una estrategia de atractividad que permita la movilización de los turistas y, finalmente, desde un proceso de planificación del destino, se negocie entre los actores implicados en la comunidad. En ese sentido, la valoración turística implica una valoración social, una valoración simbólica y una valoración económica.

Es evidente que el turismo como industria busca de manera permanente nuevos sectores de desarrollo hacia los cuales movilizar toda su maquinaria de producción, en función de ensamblar escenarios propicios para el consumo, construyendo nuevos destinos que atiendan las necesidades y demandas de un mercado cada vez más segmentado e interesado en nuevas morfologías turísticas. En esencia, es una búsqueda por nuevos lugares turísticos en los que usualmente se toman sus recursos culturales para que, a partir de los marcos normativos y las políticas turísticas y culturales, se realice su activación turística en el sofisma de la conservación patrimonial; se construye un libreto a partir de emociones e intereses de distintos actores para converger en una reescritura del pasado para ponerla al servicio del presente, como dice Lippard (2009), no para reexaminarlo, sino simplificando al extremo las contradicciones y complejidades sociales. Desde los argumentos de Prats (2011), hay un turismo cultural diversificado que busca en lugares patrimoniales recursos básicos sobre los cuales articular sus productos, para generar el interés de viajeros alocéntricos que encuentran en estos destinos lo exótico y distinto a la oferta regional.

Los elementos patrimoniales son activados por el turismo y, en la mayoría de los casos, a partir de iniciativas privadas que persiguen un propósito mercantil. De esta manera, se hace emerger el turismo como plataforma de recuperación patrimonial, articulando los marcos normativos, a lo que

Hiernaux y González (2015) denominan, el avasallamiento a las metas turísticas, lo que evidencia el concurso de organismos externos que fungen como legitimadores de las políticas patrimoniales, los cuales sirven a los intereses de los poderes locales. Lo anterior implica, claramente, una subordinación de la política local a las directrices de gestión cultural internacional en una especie de neocolonialismo cultural. Se busca que el territorio y la cultura se constituyan en recursos patrimonializables que pueden ser activados a partir de las políticas públicas de gestión cultural con el concurso de agentes políticos y empresariales interesados en generar valor.

El turismo transforma el destino en un laboratorio en el cual se experimenta a partir de las expectativas de gestores culturales locales, empresarios turísticos regionales y organismos gubernamentales, buscando su viabilidad turística; claramente se manifiestan tensiones de poder entre ideologías dominantes que disputan y negocian, para construir un ideario local a partir de la narrativa discursiva en lo que será la historia local por contar.

Por otro lado, la turistificación como maquinaria económica genera la invisibilización de los agentes locales, particularmente la comunidad, puesto que no son actores determinantes en la construcción de proyectos turísticos, son únicamente sujetos operativos pensados para la prestación del servicio, puesto que, desde la concepción de la industria turística, como afirma Fontana (2018), no se trabaja en la construcción de una identidad repensada y reacondicionada a la realidad conflictiva que enfrenta la comunidad.

Las iniciativas de desarrollo turístico se producen desde el exterior, definidas en muchas ocasiones por personas y organizaciones ajenas a la comunidad, en la mayoría de los casos sin conocimiento real, pues obedecen a miradas permeadas por los “expertos” que legitiman sitios y sujetos. Son ellos los encargados de seleccionar para “preservar” ciertos elementos sobre otros; los juicios de valor están determinados por los intereses de grupos dominantes que buscan mantener la hegemonía de narrativas definidas bajo el sofisma de discursos autorizados del patrimonio (Corbera, 2016). Dicha legitimación invisibiliza las nociones culturales de los grupos que históricamente han estado subordinados y dominados por las élites políticas y económicas, de manera que el discurso de la patrimonialización excluye morfologías culturales e identidades de grupos marginados: campesinos, afrodescendientes e indígenas.

La patrimonialización y la mercantilización turística finalmente constituyen un consenso social entre agentes dominantes que, a su antojo y siguiendo el propósito de sus intereses, de manera selectiva definen cuáles bienes y manifestaciones del patrimonio cultural deben ser elevados a la categoría de patrimonio turístico, a partir de los cuales se configura la estrategia mediante la cual se producirá el consumo del territorio y lo contenido en él, Nieto (2020). Estos de ocio, en principio, están pensados para agentes externos que encuentran en el destino patrimonializado lo diferente, exótico y declarado, como mencionan Albaladejo, Sassone y Bustos (2018), y en el que se induce cierta “nostalgia” por la apreciación de lo histórico, lo único y excepcional, lo cual da origen a una espectacularización a partir de la teatralización para que el público objetivo realice el consumo turístico desde la transacción comercial.

## Turismo oscuro y algunos paradigmas emergentes

**P**ara el análisis de la experiencia alrededor del turismo de memoria en sitios de tragedia, se hace necesario determinar los distintos tipos de relación entre los visitantes y estos lugares, reconocidos por haber sido escenarios de dolor y muerte. Desde la academia, son recientes los estudios que abordan la relación entre la muerte y el turismo; los autores Lennon y Foley en el año 1996 publican por primera vez el término “turismo oscuro”. Su pregunta clave fue ¿es posible identificar los destinos turísticos oscuros? Posteriormente, la mayoría de las investigaciones siguen esta corriente teórica con el fin de lograr una clasificación absoluta. En el mismo año, Seaton (1996) introdujo el concepto de “tanatoturismo”, relacionándolo con encuentros reales o simbólicos asociados a la muerte. También en 1996, Ashworth (citado por Hartmann, 2014) se distanció un poco del concepto general y desarrolló uno nuevo llamado “patrimonio oscuro”.

Es importante resaltar que el turismo oscuro es una tipología que muy poco se ha investigado en comparación con otras formas de turismo. Sin embargo, es claro el interés que despierta, ya que, surge alrededor de aspectos como la muerte, acontecimientos catastróficos y lugares en donde ocurrieron hechos significativos o de dolor (Lennon y Foley, 2000). Es importante reconocer

que esta forma de turismo no es vista por la mayoría de los viajeros como un turismo negativo. Por ello, las experiencias turísticas oscuras pueden considerarse como una forma de deseo emocional para visitar lugares significativos que se encuentran más allá de la experiencia turística habitual (Collins-Kreiner, 2016).

Por otro lado, los desastres naturales con muertes trágicas han despertado el interés de visitantes con conciencia ecológica (Suyadnya y Fatanti, 2017). En la actualidad, muchos lugares asociados a guerras y desastres naturales son lugares de gran atractivo para turistas de este tipo. No obstante, el turismo oscuro puede ser una oportunidad para que las comunidades puedan hacer catarsis, reestructurar la sociedad y la memoria en procesos de pos-conflicto (Mora *et al.*, 2019).

Muchos viajeros se sienten atraídos por visitar lugares relacionados con el turismo oscuro; cada día hay más interés por visitar sitios donde han acontecido hechos violentos o de tragedia (Biran, 2020). El turismo oscuro ofrece la posibilidad de que los turistas experimenten diferentes niveles de intensidad dependiendo del lugar en el cual se encuentren. Adicional a esto, esta experiencia lleva a la persona a un nivel cultural diferente, por ejemplo, lo acerca a la oportunidad de contemplar la muerte y replantear sus ideas sobre la misma (Speakman, 2019). Además, los lugares en los que se vive el turismo oscuro están cargados de emociones y, en algunos casos, se experimentan recuerdos de personas cercanas (Zheng *et al.*, 2019).

Las personas que se sienten motivadas a visitar lugares con antecedentes de alta relevancia histórica lo ven como un turismo asociado con el conocimiento, sentimiento, emoción, solidaridad, reflexión y superación (Lennon y Foley, 2000). Esto evidencia que en términos generales el turismo oscuro está conectado con los procesos de memoria. Rara vez se refiere a personas comunes que mueren por causas naturales, se puede afirmar que está asociado a la visita de lugares de muerte y sufrimiento humano (Pratt *et al.*, 2019; Cohen, 2018; Lennon y Foley, 2000; Stone y Sharpley, 2008). Dentro de los eventos asociados a este tipo de turismo, se pueden vincular lugares relacionados con esclavitud, el holocausto y prisiones, hoy en día atractivos para los visitantes (Stone y Sharpley, 2008).

Existen evidencias que demuestran que los desastres naturales con muertes trágicas generan una resiliencia en la comunidad y se convierten en destinos turísticos de interés debido a una conciencia ecológica (Tsai *et al.*, 2016; Suyadnya y Fatanti, 2017). En oposición a esta afirmación, algunos autores consideran que los desastres naturales tienen una incidencia negativa que afecta los flujos turísticos (Rosselló y Santana, 2020). En la actualidad, muchos lugares asociados con guerras y desastres naturales son de gran atractivo para los turistas. En conclusión, sobre esta motivación o forma de turismo, desde la academia, se tienen diferentes posturas de acuerdo con los diversos enfoques e intereses investigativos.

## Metodología

**E**l presente estudio se orientó a partir de un enfoque cualitativo fundamentado en un paradigma interpretativo, teniendo en cuenta el análisis que se propuso en la compleja relación que se da entre las prácticas turísticas, la mercantilización y la memoria. Si bien se abordó el turismo desde sus presupuestos economicistas para comprender el proceso de mercantilización, se deja por sentado que también se contemplaron las implicaciones antropológicas y sociales del fenómeno, para poder contextualizar la memoria en el entramado problemático que supuso su análisis, pudiéndose incorporar los sujetos para lograr una correlación dialéctica entre los horizontes teóricos y el objeto de estudio. Este entramado permitió comprender el significado de la mercantilización y su influencia en los procesos de memoria a partir del desarrollo de las prácticas turísticas en las ruinas del municipio de Armero.

La etnografía como método permitió centrar la mirada en el consumo y mercantilización de la memoria, a partir de los sujetos turistas, su experiencia en el destino y la forma en que construyen sus nociones de la memoria de la tragedia. Desde esas concepciones, se trabajó siguiendo los parámetros de la etnografía de los lugares de Abilio Vergara (citado por Kuri Pineda, 2013), quien menciona que este método trata de presentar episodios que son porciones de vida documentados con un lenguaje natural y que representan, lo más fielmente posible, cómo siente la gente, qué sabe, cómo lo conoce y cuáles son sus creencias, percepciones y modos de ver y entender.

La recolección de la información se realizó en dos etapas; la primera implicó una revisión documental desde una perspectiva histórica para conocer los sucesos relacionados con la avalancha y así comprender la magnitud de la tragedia en el municipio de Armero y sus implicaciones en el contexto local, regional y nacional. De igual manera, se realizó un rastreo documental de 23 publicaciones que abordaran desde el turismo procesos de turistificación, mercantilización y patrimonialización, al igual que abordajes de la memoria histórica asociada a tragedias naturales, con el propósito de identificar categorías que pudieran aportar a la realización de los cuestionarios de las entrevistas. Para el procesamiento de la información secundaria se utilizaron matrices de análisis documental, para posteriormente identificar categorías de análisis que se interpretaron en los resultados.

En la segunda etapa se realizaron entrevistas semiestructuradas ya que, de acuerdo con Corbetta (2007), conceden amplia libertad tanto al entrevistado como al entrevistador y garantizan, al mismo tiempo, que se van a discutir todos los temas relevantes y recopilar toda la información necesaria. Desde esa perspectiva, se realizaron once entrevistas de manera selectiva a los turistas que visitaron las ruinas del municipio de Armero.

Concluidas las dos etapas, se realizó la sistematización de la información utilizando la técnica de análisis de contenido inductivo, en la cual hay un interés central por el desarrollo de categorías tan cerca como sea posible del material a interpretar, las cuales se van deduciendo paso a paso hasta obtener una categoría principal (Abela, 2002). Esto significó que las entrevistas se transcribieron en forma literal, y, posterior a su lectura, se identificaron los contenidos que correspondían con las categorías que apuntaban al objeto de la investigación.

## Resultados

### Gestión turística de la memoria: una dicotomía entre lo gubernamental y lo no gubernamental

**D**esde la firma del acuerdo de paz, se empieza a hablar de una política de la memoria con tintes tanto institucionales como no institucionales, pero de cualquier forma sujeta a relaciones de poder. Lo que sí es claro es que desde el discurso gubernamental la memoria de la tragedia de Armero hace parte de las memorias acalladas que en su momento generaron tensiones pero que hoy hacen parte de un olvido colectivo en el que muy pocos son insistentes; son voces aisladas de un movimiento social fuerte que se constituyó desde finales de la década de 1980 y que se fragmentó en la primera década del nuevo siglo. Hoy son muy pocas las voces que se muestran resistentes pero que aún hacen frente a las tensiones y conflictos que generan la aplicación de la Ley 1632 de 2013.

Ante la indiferencia gubernamental han surgido organizaciones de base social que han trabajado de manera aislada en la conservación de la memoria de la tragedia de Armero. Estas siguen librando batallas del pasado, articuladas con necesidades y anhelos del presente, pero proyectando el escenario futuro en coherencia con la responsabilidad que sienten con las nuevas generaciones para lograr la conservación de lo que consideran el pasado glorioso de Armero.

Es evidente el gran esfuerzo de organizaciones que apuestan por la conservación de un pasado común frente a las adversidades de trabajar solas en un esfuerzo que no tiene muchas voces y por ende poco eco. La conservación de la memoria se ha venido realizando por diferentes vías, pero no se ha encontrado el canal más viable para comunicar los relatos de memoria contruidos con la persistencia de quienes sienten el apego por un territorio intangible que un día fue y hoy ya no es. En ese sentido, pareciera que la conservación de la memoria de Armero fuera una empresa utópica a la cual le apuestan unos pocos que todavía sienten un vínculo casi maternal pero que encuentran pocos aliados para llevar a feliz término la materialización de la memoria.

La memoria de la tragedia de Armero, para los entes gubernamentales, hoy en día, carece de significado y desde hace bastante tiempo dejó de hacer parte de las agendas de gobierno, a tal punto que carece de reconocimiento simbólico, ya que hace parte constitutiva de los acervos históricos de un pasado ya remoto del país.

Desde los organismos no gubernamentales, se evidencia un panorama de cierto escepticismo frente a la materialización de acciones para la conservación de la memoria de Armero. Aun así, consideran que se pueden adelantar acciones en el corto plazo que contribuyan a constituir las ruinas de Armero como un espacio para el turismo, pues manifiestan que esa es la única vía para lograr de manera satisfactoria la edificación de una memoria colectiva con el concurso de diversos actores desde una propuesta planificada y concertada. Algunas ideas que han surgido desde las organizaciones son: a) creación de un clúster turístico y cultural con la participación de los alcaldes de la región, b) restauración e intervención de sitios y construcciones emblemáticas presentes en las ruinas y c) planeación de la ruta de la memoria y formación como guías turísticas a las personas que actualmente entregan información en el lugar para que sean educadores en historia y memoria de Armero.

Armero como destino turístico incipiente presenta ciertas problemáticas, pues se considera que allí no se realiza un turismo responsable. Se presenta toda una dinámica mercantil haciendo que la memoria se cosifique y se transforme en un objeto de consumo, allí se da una apropiación por medio de la compra del espacio simbólico escenario de la tragedia. Se produce una suerte de turistificación desde la cual ciertos grupos buscan controlar recursos y personas generando una desterritorialización turística que causa el debilitamiento de la cultura y la memoria del lugar. La dinámica comercial hace del espacio simbólico de Armero un espectáculo para el turismo con una oferta desordenada y una demanda desinformada en un espacio desorganizado y conflictivo.

El agente turistificador es el mercado y no las prácticas turísticas, pues es el comercio informal local el que satisface la demanda de los viajeros a partir de la venta de productos asociados a la fetichización de la tragedia, y que no son más que mercancías de la memoria. Todo esto ayuda a constituir el capitalismo del turismo (postales de las ruinas, imágenes del antes y el des-



pués, el CD que documenta la avalancha, las fotografías y vídeos de Omaira Sánchez, “cara de la tragedia”, camándulas, rosarios, imágenes religiosas, veladoras, sombreros, llaveros, ponchos y toda suerte de objetos que se puedan relacionar con el suceso).

Los turistas que visitan Armero son inductores de cambios, puesto que, en su mayoría, no están informados. Por lo tanto, no existe el sentido de valoración, apropiación y significado simbólico del lugar de memoria. Son forasteros que consumen el destino como un producto más, en una colección de lugares visitados. Los turistas que consumen Armero como destino son “peregrinos modernos” en busca de lo “nuevo” y “diferente” en lo que suponen son experiencias auténticas en el marco del turismo alternativo. En ese sentido, se alinean con nuevas morfologías turísticas que empiezan a emerger con denominaciones como “turismo oscuro”, en el cual se interesan cada vez más viajeros.

El proceso interpretativo en un espacio cultural de la memoria puede acudir al turismo como un agente activador del patrimonio memorial, pues tiene la capacidad de ponerlo en valor en un número significativo de personas que tengan la posibilidad de aproximarse y comprender el significado de lo que se está visitando. Es una posibilidad estratégica para encontrar el sentido de lugar y, a su vez, reforzar el sentido de pertenencia, tanto de sujetos turistas como de sujetos anfitriones. Muchos de los pobladores locales que actualmente hacen las veces de guías o informadores turísticos deberán resignificarse como interpretadores del patrimonio memorial de las ruinas de Armero, pues deben transformarse en agentes mediadores entre el espacio simbólico del destino y los visitantes. Estos intérpretes de la memoria a partir de procesos de formación deben desarrollar habilidades de comunicación, debido a que entablarán un diálogo permanente con los turistas de diversas características. Allí se hace necesario entregar información breve e importante, entablar comunicación entretenida, cautivar viajeros dispersos y, sobre todo, lograr el aprendizaje significativo en los viajeros.

Algunos elementos para tener en cuenta para el desarrollo del proceso interpretativo en las ruinas de Armero son los siguientes (ver figura 2-2):

- a) La información que se maneje en el guion interpretativo debe ser construida con base en hechos históricos apartando la ficción y las

interpretaciones personales; debe lograr conectar al visitante con una experiencia de lugar, y evidenciar una relación entre lo que se muestra y lo que se describe. La realidad de lo visto y lo interpretado deberá permitir la construcción subjetiva de memoria desde la práctica turística.

- b) Recordar que la información por sí misma no es interpretación, es más bien un relato a partir de información veraz que debe tener la capacidad de generar sensibilidad con el lugar. La fuente de información debe ser confiable y procedente de un guía profesional certificado con apego histórico al relato y sin apasionamientos de ningún tipo.
- c) El objetivo de la interpretación no es solo la entrega de información, sino la capacidad de lograr cautivar un interés que permita que el viajero se interese en conocer detalles más allá de los que se informan, generar un recuerdo que le permita a posteriori documentarse y resignificar el lugar para una siguiente visita. En esencia, un turismo de memoria implica actitud de aprendizaje y pedagogía por el lugar, es pensar el destino como un aula abierta para la construcción de memoria y el turismo como un medio para su apropiación.
- d) La interpretación de la memoria de la tragedia debe obedecer a un todo en su conjunto de elementos históricos y no algo parcializado en lo que se puedan obviar hechos o situaciones que afecten la narrativa y el significado del lugar. Desde ahí, se debe realizar la reconstrucción histórica del suceso para documentarla y sistematizarla, así entonces, se construye el relato para la apropiación de los guías e informadores turísticos. La resignificación del destino estará de la mano del propósito del turismo, en ese sentido, la construcción de un producto turístico de memoria será imperante para cumplir los propósitos del proceso interpretativo.



Figura 2-2. Desarrollo del proceso interpretativo para Armero

El desarrollo turístico en un destino con patrimonio memorial como Armero entrega la posibilidad de generar conciencia crítica colectiva y una oportunidad para conocer hechos del pasado que fueron determinantes en el curso de la historia del país; es una posibilidad para que los turistas construyan su propia noción de memoria y, a la vez, sean ellos los que le den el sentido al destino en un nuevo marco de experiencias que tengan un enfoque pedagógico. Es la posibilidad de relacionar el pasado con el presente y construir un relato conjunto y actualizado para hacer de ese patrimonio silencioso un aula abierta para el aprendizaje de la historia del país.

De cualquier forma, las ruinas de Armero se vienen integrando a un circuito turístico en el norte del Tolima, el cual lo conforman, además, los municipios de Honda, Mariquita, Fresno y Falan, teniendo en cuenta que estos cuentan con propuestas de desarrollo turístico estructuradas y hay claridad en el producto turístico que se oferta. No obstante, en el caso de Armero no se evidencian iniciativas de planificación que articulen la gobernanza, los operadores turísticos y la comunidad local; es como si supieran que allí está el destino, pero a nadie le interesa el desarrollo planificado. Se han realizado iniciativas aisladas desde 2018, como la intervención al mirador de la Caracola. De igual manera, en vísperas de la conmemoración del aniversario de la tragedia en el mismo año, se restauraron algunos monumentos y se realizó la limpieza del área. También se abrió el Parque

Temático Omaira Sánchez, el cual fue entregado en la conmemoración de 2015, pero nunca entró en funcionamiento por falta de recursos. Este parque estuvo concesionado por la caja de compensación familiar Comfenalco.

Lo cierto es que las ruinas de Armero pueden desarrollarse como un destino turístico competitivo y alternativo a la oferta turística del centro del país. Por ello, es factible pasar de un “turismo oscuro” motivado por la curiosidad y el voyerismo, a un “turismo de memoria” con el compromiso de transmitir un relato trágico para hacerlo accesible a un público amplio, sin desconocer que sigue guardando relación con la muerte y la tragedia.

## Referencias

- Abela, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Departamento de Sociología Universidad de Granada.
- Albaladejo, V; Sassone, S y Bustos, R. (2018). Patrimonialización del pasado francés en la pequeña ciudad pampeana de Pigüé: un recurso para la identidad y el desarrollo social. *Revista Universitaria de Geografía*, 27(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383257592002>
- Biran, A. y Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 191-198.
- Cabrerizo, C., Sequera, J. y Bachiller, P. (2016). Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: algunas claves para (re) pensar la ciudad turística. *Revista Ecología política*, 52(1).
- Cohen, E. (2018). Thanatourism: A comparative approach. En: P. R. Stone (ed.). *the palgrave handbook of dark tourism studies*, (pp. 157-171). 10.1057/978-1-137-47566-4\_6
- Collins-Kreiner, N. (2016). Dark tourism as/is pilgrimage. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1185-1189.
- Corbera, M. (2016). El paisaje, su patrimonialización y su beneficio económico. *Revista de Investigaciones Geográficas*, 65(1), 9-24.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación*. McGrawHill.
- Correia, A., Kozak, M. & Reis, H. (2016). Conspicuous consumption of the elite: Social and self-congruity in tourism choices. *Journal of Travel Research*, 55(6), 738-750. <https://doi.org/10.1177/0047287514563337>
- Del Valle Guerrero, A. L. y Gallucci, S. S. (2015). Aporte teórico conceptual al turismo como disciplina académica a partir de la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(1), 145-156.
- Dobado-González, R., García-Hiernaux, A. & Guerrero, D. E. (2015). West versus Far East: early globalization and the great divergence. *Cliometrica*, 9(2), 235-264.
- Farmaki, A. (2017). The tourism and peace nexus. *Tourism Management*, 59, 528-540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.012>
- Foley, M. & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.
- Fontana, L. (2018). El turismo como espacio de mercantilización

- o revitalización turística. Periferia. *Revista de recerca i formació en antropologia*, 23(2). 10.5665/rev/periferia.636
- Godis, N. & Nilsson, J. H. (2018). Memory tourism in a contested landscape: exploring identity discourses in Lviv, Ukraine, *Current Issues in Tourism*, 21(15), 1690-1709. 10.1080/13683500.2016.1216529
- Hartmann, R. (2014). Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: New directions in contemporary tourism research. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 166-182. 10.1080/1743873X.2013.807266
- Iliev, D. (2020). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 1-22. 10.1080/14616688.2020.1722215
- Knafou, R. (1999). Turismo e territorio. Por uma abordagem científico do turismo. En: Rodríguez Balastreri, Adyr (comp.), *Turismo e Geografia Reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hicitec.
- Kuri Pineda, E. (2013). Abilio Vergara, Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad. México: ENAH/ INAH/Navarra, 2013, 199 pp. ISBN: 978-607-484-388-0. *Espacialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*, 4(2), 235-240. <https://www.redalyc.org/pdf/4195/419545122011.pdf>
- Lanfant, M. F. (2005). Introduction. En M. F. Lanfant, J. B. Allcock y E. M. Bruner, *International Tourism: Identity and Change* (pp. 1-23). Sage.
- Lippard, L. (2009). La ciudad y su disfraz. La influencia del turismo en Santa Fe, Nuevo Méjico. *Sobre Capital y Territorio II (de la naturaleza de la economía y la cultura)*. Universidad Internacional de Andalucía.
- Lennon, J. & Foley, M. (2000). *Dark tourism: The attraction of death and disaster*. Continuum.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.011>
- Marschall, S. (2012) 'Personal memory tourism' and a wider exploration of the tourism-memory nexus. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(4), 321-335. 10.1080/14766825.2012.742094
- Mojica, J., Colmenares, F., Villarroel, C., Macía, C. y Moreno, M. (1985). Características del flujo de lodo ocurrido el 13 de noviembre de 1985 en el valle de Armero (Tolima, Colombia): Historia y comentarios de los flujos de 1595 y 1845. *Geología colombiana*, 14, 107-140.

- Mora, J. A., Yamova, O. & Murtuzaliev, T. (2019). Community-based tourism as the leading approach to the rural development. En: W. Strielkowski (ed.). *sustainable leadership for entrepreneurs and academics* (pp. 503-510). Springer, Cham.
- Nieto, A. (2018). Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto, Á. Félix, M. León, A. Paredes G. Cárdenas. *Planificación turística en territorios campesinos*, (pp. 11-55). Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2020). *Turismo y patrimonio cultural: análisis geográfico y prospectivo en el norte del Tolima*. Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A., Mora, J y Bonelo, M. (2020). Representaciones sobre la memoria de la tragedia de Armero desde las prácticas turísticas. En A. Nieto (ed.). *Perspectivas turísticas: una discusión entre lo social y lo cultural*. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/issue/view/69>
- Nora, P. (2009). *Pierre Nora en Les Lieux de mémoire*. LOM.
- Ospina Enciso, A. F. (2013). El sacrilegio sagrado: narrativa, muerte y ritual en las tragedias de Armero. *Revista Colombiana de Antropología*, 49(1), 177-198. <https://doi.org/10.22380/2539472X77>
- Pastor, D. & Kent, A. J. (2020). Transformative landscapes: liminality and visitors' emotional experiences at German memorial sites. *Tourism Geographies*, 22(2), 250-272.
- Podoshen, J. S. (2018). Dark tourism in an increasingly violent world. En: P. R. Stone, R. Hartmann, T. Seaton, R. Sharpley y L. White (eds.). *The palgrave handbook of dark tourism studies*, (pp. 173-187). Palgrave Macmillan.
- Prats, L. y Santana Talavera, A. (2011). Turismo y patrimonio: entramados narrativos. *Pasos*, (5), 1-11.
- Pratt, S., Tolkach, D. & Kirillova, K. (2019). Tourism & death. *Annals of Tourism Research*, 78, 102758. [10.1016/j.annals.2019.102758](https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102758)
- Ricoeur, P. (2000). Narratividad, fenomenología y hermenéutica. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (25), 189-207.
- Rosselló, J., Becken, S. & Santana-Gallego, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism management*, 79, 104080.
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.

- Speakman, M. (2019). Dark tourism consumption in Mexico City: A new perspective of the thanatological experience. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 26(2), 152-168.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: a critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307-318. 10.1108/ijcthr-06-2013-0039
- Stone, P. & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595. 10.1016/j.annals.2008.02.003
- Suárez Guava, L. A. (2009). Lluvia de flores, cosecha de huesos. Guacas, brujería e intercambio con los muertos en la tragedia de Armero. *Maguaré*, (23), 371-416.
- Suyadnya, I. W. y Fatanti, M. N. (2017). A tale of two disasters: How is disaster emerging as a tourist destination in Indonesia?. *Asian Journal of Tourism Research*, 2(2), 33-64.
- Timothy, D. J. (1997). Tourism and the personal heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 751-754.
- Tsai, C. H., Wu, T. C., Wall, G. y Linliu, S. C. (2016). Perceptions of tourism impacts and community resilience to natural disasters. *Tourism Geographies*, 18(2), 152-173.
- Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J. y Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation-experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121.
- Yeniyurt, S y Townsend, J. D. (2017). Does culture explain acceptance of new products in a country? An empirical investigation. *International Marketing Review*, 20(4), 377-397.
- Zheng, C., Zhang, J., Qiu, M., Guo, Y. y Zhang, H. (2019). From mixed emotional experience to spiritual meaning: Learning in dark tourism places. *Tourism Geographies*, 22(1), 105-126, 10.1080/14616688.2019.1618903





Capítulo III.

# **TURISMO RURAL COMUNITARIO Y ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA LOCALIDAD DE CIUDAD BOLÍVAR: ESTUDIO DE CASO FINCA SAN LUIS GRANJA ECOTURÍSTICA, TERAPÉUTICA Y AMBIENTAL**

Janeth Alejandra Saavedra Camargo<sup>1</sup>

Jorge Alexander Mora Forero<sup>2</sup>

- 
- 1 Directora Académica del programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Correo electrónico: [janeth.saavedra@uniminuto.edu](mailto:janeth.saavedra@uniminuto.edu)
  - 2 Docente investigador del programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Correo electrónico: [jorge.moraf@uniminuto.edu](mailto:jorge.moraf@uniminuto.edu)

## Resumen

**E**l turismo rural se caracteriza por ser principalmente comunitario y por tener vínculos de asociatividad y cooperativismo entre los campesinos. Esta investigación describe la gestión de la economía solidaria del turismo rural comunitario en la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá, Colombia. A pesar de ser un estudio económico, el enfoque de investigación es mixto, la información se obtuvo a través de varios trabajos de campo, entrevista semiestructurada con el líder comunitario y un diagnóstico cuantitativo de aspectos de la gestión solidaria del turismo. Los resultados se logran luego de la medición de variables económicas y de gestión turística con el fin de medir el potencial del turismo rural comunitario en el estudio de caso abordado. Se destaca la gestión solidaria de la finca y se evidencia un alto potencial para el desarrollo económico en la actual coyuntura que se ha producido por la pandemia ocasionada por el COVID-19. En conclusión, a pesar de que el desempeño de la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental en temas de turismo ha sido empírico, tiene un gran potencial para realizar turismo comunitario bajo un desarrollo económico solidario.

**Palabras clave:** Turismo Comunitario, Desarrollo Rural, Economía Social.

## Abstract

**R**ural tourism is characterized by being mainly community-based and by having associative and cooperative links among peasants. This research project describes solidarity economy management of the rural community tourism in the Finca San Luis Ecoturística, Terapéutica y Ambiental. It is located in Ciudad Bolívar in Bogotá, Colombia. Despite being an economic study, this research approach is mixed. The information used was gathered through different field work and some structured interviews with the community leader. Also, it was carried out a quantitative diagnosis of the solidarity management of tourism. Results are obtained after measuring economic variables and tourism management to evaluate the potential of rural community tourism. It is important to highlight solidarity manage-

ment of San Luis farm. Also, a high potential for economic development is evident in the COVID-19 pandemic. To conclude, despite Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental tourism management has been empirical, it has great potential for community tourism under a solidarity economic development.

**Keywords:** Community Tourism, Rural development, Social Economy.

## Introducción

**E**l turismo rural es una modalidad de turismo que se ha destacado como una actividad alternativa al ya conocido y proliferado turismo de sol y playa. Incluso, se podría aseverar que es lo opuesto al turismo de masas, de ahí que en la coyuntura social y económica derivada por la pandemia del COVID-19, se ha establecido como una tendencia turística. Esto debido al bajo flujo de viajeros y por desarrollarse en espacios abiertos y de baja densidad demográfica. Adicional, algunos viajeros consideran que el turismo comunitario permite obtener una mejor experiencia turística, por lo que se podría argumentar que el turismo rural comunitario es quizás una de las mayores morfologías turísticas demandadas en la actualidad.

A pesar de que el turismo comunitario tenga un gran potencial para los habitantes rurales, son pocas las experiencias documentadas en el territorio y a pesar de ser un fenómeno turístico de alto impacto en la actualidad, también son pocas las propuestas académicas y casi nulas las políticas turísticas para este segmento del turismo. Por ello, esta investigación describe a través de un estudio de caso la originalidad y el potencial turístico que se puede observar en el territorio bogotano, caracterizado por ser la ciudad con mayor turismo receptivo y emisor de Colombia.

Esta investigación describe el desarrollo del turismo y su gestión local en el territorio rural desde una perspectiva social y económica. Lo que permite reconocer las dinámicas turísticas y su reciente incorporación en las actividades campesinas. Es importante describir el contexto de las comunidades, reconocer en su gestión aciertos y desaciertos y enseñar la realidad de estas

iniciativas en su región. Además, el turismo es una actividad que se establece como alternativa en el territorio rural y son pocas las investigaciones que se realizan en este sector de la ciudad de Bogotá. Incluso, el turismo se establece como una actividad económica de gran proyección en la historia reciente de Colombia, en gran parte gracias a los acuerdos de paz (Mora y Bohórquez, 2018; Mora *et al.*, 2019).

Este capítulo describe la gestión del turismo en el territorio rural, desde un aspecto socioeconómico, bajo una perspectiva de integración comunitaria en la oferta de servicios turísticos. Se hace hincapié en que no hay entidades encargadas de medir la gestión del turismo de pequeña escala en los territorios rurales del país. Por ello, se debe conocer esta realidad, ya que la relación entre turismo, desarrollo rural y economía solidaria es un fenómeno que muy poco se ha abordado desde la investigación. El análisis investigativo aporta a la construcción de nuevas posturas que contribuyen a la consolidación del turismo rural desde un punto de vista heurístico.

Por otro lado, desde una perspectiva hermenéutica, se evidencia la importancia del turismo rural comunitario en el país y algunos autores coinciden en que es un campo que se debe ahondar para entender las relaciones de este fenómeno (Crespi *et al.*, 2019; Mora y Motato, 2019; Sánchez, 2018; Galán y Rueda, 2019; Ochoa, 2016). Es por ello, que esta investigación describe la gestión del turismo rural comunitario con una mirada socioeconómica para entender la forma en que los campesinos gestionan el turismo. Para ello, se hace referencia a la asociatividad y cooperativismo del turismo en las comunidades que ofertan servicios turísticos. En esta investigación se tuvo en cuenta un estudio de caso de una asociación ubicada en Bogotá, D.C., al sur oriente, específicamente en la localidad de Ciudad Bolívar.

El objetivo de esta investigación es reconocer la gestión socioeconómica del turismo rural comunitario en la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, miembro de la Asociación de Productores Agropecuarios Ambientales Rurales (Asoproam). Lo que permite registrar la realidad de esta comunidad rural, sus dinámicas del turismo y su incorporación en las actividades económicas del campesinado bogotano. Es importante reconocer que por lo general el turismo rural comunitario es una actividad alterna a las acciones pecuarias y agrícolas; por ello, esta morfología de turismo se podría describir como incipiente en el territorio rural colombiano. Y, ¿por qué

es importante el turismo rural comunitario en la actualidad? Pues bien, la coyuntura mundial que se está viviendo por la pandemia por el COVID-19 ha hecho cambiar las dinámicas sociales y es allí donde se establece una tendencia por buscar escenarios naturales con baja afluencia social.

Ahora bien, la actual crisis mundial que trajo la pandemia ha dejado en declive al turismo, con pérdidas de empleos y detención de empresas, aerolíneas y demás economías implicadas (Grande, 2020). Asimismo, se ha perdido la confianza del turista en cuanto a las condiciones de salubridad y ha aumentado la incertidumbre por la situación de los diferentes destinos. Por ello, el turismo deberá impulsar la sostenibilidad y el distanciamiento, por esta razón se hace hincapié en la importancia del turismo de naturaleza y el turismo rural, el cual debe comprender la realidad de las comunidades, la planificación y evaluación de modelos de turismo (Bauza y Melgosa, 2020).

Esta investigación analiza elementos propios del turismo rural, los cuales se distancian del turismo masivo, debido a que el alto flujo de visitantes en una comunidad rural afecta su estilo de vida y aumenta las tensiones sociales (Hwang *et al.*, 2012). De esta manera, el turismo rural comunitario se esboza como una forma de tener un menor contacto social y se establece como una tendencia. Adicional, esta actividad permite tener una experiencia turística original, reconociendo las tradiciones del campo; además, de tener mayor interacción entre anfitrión y visitante. Por otro lado, es fundamental generar propuestas para las comunidades, con el fin de que puedan realizar proyectos turísticos en esta “nueva era”, donde el turismo rural adquiere la atención de los viajeros modernos.

Es importante evidenciar la realidad de los campesinos y la forma en que el turismo se apropia de espacios que anteriormente no tenían vocación turística, al igual que analizar cómo el desarrollo rural se incorpora en el crecimiento turístico y las nuevas propuestas de Bogotá. De esta forma, esta investigación pretende reconocer la gestión de los recursos turísticos naturales y su gestión económica.

## Marco teórico

### Turismo rural comunitario

**A** mediados de los años ochenta, se logró entender que el turismo rural comunitario se encuentra dentro de las opciones más adecuadas para un desarrollo de las poblaciones rurales (Suriya, 2010). Desde entonces, el turismo rural y el turismo comunitario han sido objeto de estudios académicos, desde diversas perspectivas entre ellas, la socioeconómica. Pues bien, el turismo rural se reconoce como una actividad que concilia la equidad social, la preservación del patrimonio natural; sin poner en riesgo el patrimonio de las generaciones futuras (Lee y Jan, 2019; Mathew y Sreejesh, 2017; Mora y Motato, 2019; Saavedra *et al.*, 2021).

Por lo general, el turismo comunitario se interpreta como una propuesta de sostenibilidad de gestión local en los entornos rurales. En la actualidad, se establece con un gran potencial en la crisis mundial producida por el COVID-19, la cual ha marcado un declive en el turismo (Melián y Bulchand, 2020). No obstante, el turismo rural comunitario debe establecer sus bases a través de la democratización económica y la socialización de las actividades turísticas que se desarrollan en el territorio.

El turismo rural se evidencia como una oportunidad para las comunidades, y los campesinos ven una opción para diversificar sus actividades económicas. Desde el campo académico, el turismo rural se establece como una forma de conocer la realidad, no solo en investigaciones turísticas, sino también en estudios económicos y sociales (Fang, 2020). El turismo rural es un concepto que se ha ido construyendo y va apuntando hacia otras direcciones, no solo académicamente hablando, sino también empresarialmente (Lane y Kastenholz, 2015).

Ahora bien, analizando las investigaciones ya realizadas en el ámbito rural, se puede aseverar que este concepto ha tenido un giro significativo con el transcurso del tiempo, esto con posturas académicas diferentes (Winter, 2017). Hoy en día, el entorno rural es percibido como una zona que ofrece experiencias de descanso, ocio y seguridad. En este espacio los turistas realizan un intercambio económico, con el fin de adquirir experiencias

turísticas con una perspectiva socioeconómica en el territorio rural (Mora y Motato, 2019). Por consiguiente, cabe resaltar que el turismo rural comunitario se analiza de dos formas, de su gestión local como oferta turística y como demanda turística por parte de los viajeros alocéntricos que buscan nuevas experiencias (Diez, 2020).

El turismo rural comunitario por lo general se plantea como una forma de resistencia por parte de personas que están en contra de los modelos tradicionales de economía, además, permite que se desarrollen actividades de gran valor en el territorio rural. Para ello, se deben vincular las actividades tradicionales del campo, como lo son la agricultura y las actividades pecuarias; comúnmente, esta es la motivación de muchos viajeros, que quieren aprender del campo. De modo que, es fundamental que las comunidades enseñen a los viajeros las costumbres propias, de lo contrario, se pueden generar problemas de pérdida de identidad en el territorio y crear un impacto negativo (Pérez, 2010).

Cabe aclarar que el turismo rural comunitario no es una actividad principal, debido a que el turismo es estacionario y no tiene una demanda estable (Mora y Bohórquez, 2018). También es válido resaltar que el turismo en el territorio rural, trae cambios no solo en el área física, sino también en su marco social, razón por la cual se debe involucrar a todos los miembros de la comunidad. Por ello, el turismo comunitario se forja como un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural; además se constituye como una alternativa a las prácticas clásicas de desarrollo hegemónico (Mora y Motato, 2019).

El turismo rural suele caracterizarse por no generar aglomeraciones, y es adecuado para realizar actividades al aire libre, por lo tanto, este puede ser el motivo de elección para muchos viajeros modernos en la actual coyuntura nacional e internacional (Grande, 2020). Se podría aseverar que el turismo rural se establece como una tendencia, debido a que ahora las personas buscan evitar al máximo las multitudes. No obstante, se requieren protocolos para que el turismo sea sostenible, es decir, que garantice los presentes recursos para futuras generaciones. Igualmente, es imprescindible establecer medidas necesarias para garantizar la salubridad y seguridad de turistas, prestadores de servicios turísticos y las comunidades receptoras. Actualmente, el turismo rural y natural tiene una oportunidad de crecimiento muy importante, por ello se deben establecer protocolos para garantizar un pleno desarrollo (Grande, 2020).

## Economía solidaria

**E**ste tipo de economía tiene en cuenta los aspectos de organización para un desarrollo colaborativo y equitativo local. Uno de los fundamentos es el comercio justo, el cual se puede considerar como una herramienta de cambio para el modelo del sistema capitalista actual, lo que permite fomentar el desarrollo local (García Chiang, 2011). Por otro lado, Chaves y Monzón (citado por Gómez y Gómez Álvarez, 2016) plantean que la economía solidaria se basa en las empresas con autonomía de decisión y libertad de adhesión, que distribuyen equitativamente las utilidades entre los socios. En general, la economía solidaria se relaciona con la responsabilidad social y el bien común; además, se establece como una oportunidad para lograr un desarrollo local asociativo y cooperativo. De igual forma, tiene un alto grado de responsabilidad con el medio ambiente y la comunidad; así como la distribución equitativa de las ganancias y utilidades.

Para Fajardo García (2019), la economía solidaria es aquella que se basa en iniciativas y en modelos de organizaciones económicas distintos a los tradicionales modelos empresariales. Este tipo de economía se enfoca en la solidaridad y ha adquirido mayor relevancia en las políticas gubernamentales. Asimismo, la economía solidaria le da un nuevo significado a la reflexión económica y una inclusión del término solidaridad a todos los procesos de la economía, esto a favor de las poblaciones menos favorecidas, a las cuales no les beneficiaba el modelo económico tradicional (Artavia-Jiménez *et al.*, 2019).

Por otro lado, Gómez Núñez (2019) asegura que la economía solidaria es la manera por la cual las personas expresan su lucha contra la exclusión del mercado laboral. También está relacionada con la búsqueda de una economía que no sea depredadora con la naturaleza, sino, por el contrario, que trabaje en pro de la conservación y promoción de valores. Del mismo modo, Gómez Núñez (2019) asevera que la economía solidaria se basa en las necesidades y características económicas de cada territorio. Es decir que, con la implementación de puestos de trabajo, la correcta distribución de riquezas, el valor del ser humano, el respeto a la diversidad de identidades, trae consigo calidad de vida para las personas.



La economía solidaria agrupa todas las actividades para fomentar la democratización de la economía, con el fin de generar progreso y bienestar con base en los recursos productivos que se plantean por medio de diferentes iniciativas en los diversos sectores económicos de las regiones, teniendo como base la solidaridad y el trabajo en equipo (Cárdenas Trujillo *et al.*, 2018). Esto pone en perspectiva a la economía como medio para el desarrollo personal y comunitario, por ello se deben establecer axiomas para un óptimo desarrollo; además, se establece como un eje estratégico para el crecimiento rural (Barrera Silva, 2020). Igualmente, Cárdenas Trujillo *et al.* (2018) plantean que la economía solidaria se enfoca en la implementación de cooperación y solidaridad en organizaciones, instituciones y actividades económicas, lo que tiene como resultado beneficios culturales y sociales para la comunidad.

En consecuencia, la economía solidaria es una alternativa a los modelos de desarrollo económico capitalista y pone como prioridad la valoración de empleo a partir de recursos propios mediante la asociatividad y cooperación. No obstante, esta economía, a pesar de presentarse bajo un escenario justo, tiene diversos retos para sostenerse en el tiempo. Por ello, se deben hacer estudios con el fin de evaluar las potenciales amenazas y exaltar las fortalezas. De igual forma, deben establecerse prácticas empresariales transparentes.

## Metodología

La estructura metodológica que se utilizó para esta investigación se fundamenta en un enfoque mixto y el tipo de investigación es descriptiva; esto permite enseñar la realidad de la oferta turística y la gestión económica del estudio de caso abordado. La investigación analiza el turismo rural comunitario desde una perspectiva local y con un punto de vista socioeconómico. Este estudio de caso posibilita reconocer el fenómeno turístico y la economía, delimitando el objeto de estudio a un contexto geográfico, en el cual se reconocen las relaciones sociales y productivas. Este estudio se analiza a partir de lo encontrado en la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, ubicada en Bogotá en la localidad de Ciudad Bolívar.

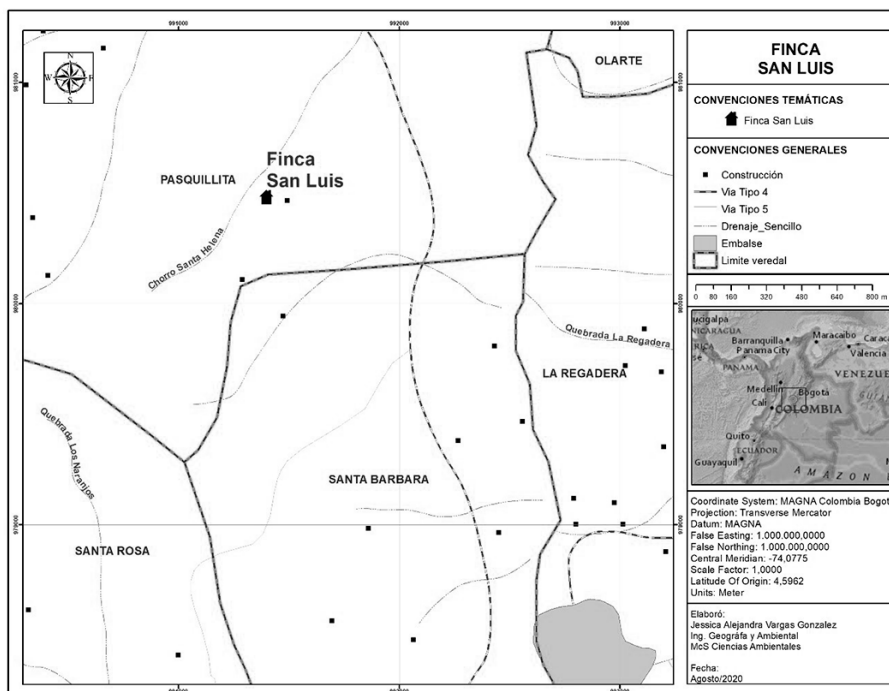


Figura 3-1 Ubicación de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental  
 Fuente: Vargas (2020).

Desde el punto de vista teórico, se abordan dos teorías de las ciencias sociales, por un lado, se revisa el concepto de economía solidaria y sus principales características, y por otro, se revisan las teorías del turismo comunitario en un contexto rural. Estos dos elementos permiten establecer una discusión entre los supuestos teóricos, el estudio de caso y la realidad; adicionalmente, posibilitan describir la forma en que la comunidad gestiona el turismo y cómo incorpora la economía solidaria.

El trabajo de campo de esta investigación se realizó durante 2020, se hicieron tres visitas al espacio del estudio de caso con el fin de identificar la potencialidad turística del territorio, entrevistar al líder de la comunidad y reconocer los aspectos socioeconómicos que se plantearon para esta investigación. También se realizó un diagnóstico con el objetivo de conocer cuáles son los servicios turísticos ofertados. Del mismo modo, se examinaron los aspectos cuantitativos por medio de la adaptación de los instrumentos de

turismo comunitario de Pacheco *et al.* (2011). Donde, se revisan aspectos como: empleo, inversión, capacitación, cadena de valor y la incorporación del turismo con la comunidad.

Adicional, se midieron elementos de economía solidaria de acuerdo con la metodología de Espín Maldonado *et al.* (2017), en la cual se revisan los siguientes aspectos: el comercio justo, distribución equitativa de utilidades, asociatividad, cooperativismo, entre otros. Por último, se realizó una entrevista semiestructurada (anexo 1) al líder de la iniciativa comunitaria, con el fin de conocer un poco más a fondo la gestión en cada uno de estos aspectos.

Para dar una valoración a los rasgos económicos y solidarios, se tuvieron en cuenta los siguientes puntos: si el indicador no se cumple o es inexistente 0, si el indicador se cumple parcialmente 1 y si el indicador se cumple 2. La valoración se dio a través de la observación realizada en las visitas del trabajo de campo en la finca y en las respuestas en la entrevista al líder de la comunidad.

## Resultados

La información que se describe a continuación se obtiene por medio de la entrevista con el líder de comunidad y el trabajo de campo realizado en la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, la cual hace parte de la Asociación de Productores Agropecuarios Ambientales Rurales (Asoproam). Esta asociación sin ánimo de lucro integra a varias familias de la comunidad, la finalidad de la organización es lograr una gestión solidaria de las fincas ubicadas en la vereda de Pasquillita y Santa Bárbara en la localidad de Ciudad Bolívar en el sur oriente de Bogotá - Colombia.

Primero que todo es imprescindible mencionar que la iniciativa de realizar turismo surge de la comunidad, la cual es solidaria, debido a los lazos que establece el campesinado y a que existe un vínculo social y económico establecido por Asoproam. Sus miembros se encuentran interesados en el adecuado desarrollo de la actividad turística. Sin embargo, según menciona el líder de la comunidad, hay personas que se oponen al desarrollo del turismo en la región; debido a que algunos operadores turísticos ajenos al territorio han causado daños como incendios y contaminación ambiental.

El desarrollo turístico tiene una orientación educativa, dirigida en gran parte a estudiantes de colegios y universidades. Los recorridos y las jornadas de turismo buscan generar una conciencia ambiental y enseñar las labores tradicionales del campo; específicamente la agroecología y la reutilización de recursos. Sin embargo, gracias a la ubicación de la finca, se desarrollan diferentes actividades como la apicultura y la porcicultura que son actividades que se enseñan a los visitantes, por medio de la experiencia.

En la finca el desarrollo del turismo es un sustento económico complementario, debido a que su ingreso principal está dado por las actividades agrícolas y pecuarias. El líder de la comunidad indica que el turismo representa el 30% del total de los ingresos. Así mismo, las actividades turísticas se desarrollan en plena armonía con el entorno social e integran a los miembros de la comunidad. De igual manera, los ingresos percibidos por esta actividad tienen una distribución equitativa entre todos los miembros. Incluso, tienen acuerdos establecidos para el desarrollo económico solidario de la actividad turística. Por lo general, estos acuerdos se realizan partiendo de la buena fe de los campesinos, quienes afirman haber aprendido de forma empírica estos procesos.

El turismo que se ofrece busca enseñar la producción limpia y sostenible, ya que cuenta con una gran diversidad de flora y fauna, allí se desarrollan actividades como la apicultura, porcicultura, agroecología y ecoturismo, dando a conocer su territorio mediante, rutas pedagógicas, agroecologías y recorridos ambientales. Esta oferta turística tiene sus axiomas en la producción limpia y sostenible y en los recorridos turísticos que se llevan a cabo, tienen guiones establecidos para explicar al turista sus buenas prácticas ambientales.

La oferta turística de esta finca permite evidenciar una originalidad en la propuesta de valor, debido a que se trata de actividades que no son comunes, lo cual conlleva una apropiación de su territorio, costumbres y significados, que transmiten a sus visitantes mediante los recorridos pedagógicos que desarrollan. Esto permite tener en cuenta segmentos de mercado que anteriormente no estaban contemplados para los “turistas verdes”, es decir, los viajeros que buscan experiencias turísticas amigables con el medio ambiente. Adicional, los viajeros contribuyen con el desarrollo rural regional,

lo cual evidencia que no solo hay un turismo sostenible, sino que las buenas prácticas son la base de trabajo del espacio rural.

Ahora bien, los precios son competitivos, en la región hay dos iniciativas más que ofertan servicios de turismo rural comunitario con precios similares. No obstante, el producto turístico de la finca es innovador y el proyecto cuenta con distintas actividades económicas, como la venta de miel, de artesanías, productos naturales y el desarrollo de actividades agroecológicas y pecuarias.

Por otro lado, se observa que la comunidad ha tenido un acompañamiento parcial de la academia, con el que se ha logrado un aprendizaje en doble vía, este vínculo, por lo general, se da cuando las instituciones de educación superior (IES) buscan desarrollar proyectos de investigación en este territorio. También es relevante destacar que el turismo se desarrolla plenamente gracias a las acciones solidarias de la comunidad y que a la fecha no se cuenta con inversiones de capital externo.

Es importante destacar que la comunidad no ha realizado estudios que le permitan medir por medio de indicadores económicos el éxito o fracaso de su gestión económica. No obstante, de acuerdo con lo dialogado con el líder de la comunidad, se identifica una organización equitativa en la distribución de ingresos y tienen definidos los roles de cada uno de los miembros de la comunidad. Esto favorece que el turismo se desarrolle plenamente en el territorio rural y evita tensiones entre los habitantes. En la tabla 3-1, se muestran de forma cuantitativa los elementos encontrados en la gestión del turismo rural comunitario y las acciones económicas solidarias.

**Tabla 3-1.** Resultados cuantitativos del turismo rural comunitario y la economía solidaria

<i>Economía solidaria</i>	<i>Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental</i>
Beneficio económico para la mayoría de los miembros de la comunidad	1
La actividad turística genera empleos directos	2
La actividad turística genera empleos indirectos	2
Financiamiento para proyectos turísticos por actores externos	0
Recursos económicos disponibles para inversión social	0
Análisis de recuperación de la inversión	0
El precio del paquete turístico es competitivo	2
Cadena de distribución del producto turístico	2
Hay facilidad de acceso al mercado consumidor	0
Nuevas actividades económicas para la comunidad	2
El proyecto turístico contempla inversión en capacitación del personal	0
Inversión en publicidad para venta del paquete turístico	2
Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales	2
Asociatividad de acuerdo con la identidad cultural	2
Conocimiento económico social y solidario por parte de la comunidad	2
Desarrollo de comercio justo	2
Control democrático por los miembros	2
Distribución equitativa de utilidades	2
Rendición de cuentas o excedente	2
<b>Total</b>	<b>71%</b>

Fuente: elaboración propia a partir de Pacheco et al. (2011) y Espín Maldonado et al. (2017).

Los miembros de la comunidad conformada por diferentes familias obtienen beneficios económicos equitativos que les permiten mejorar su calidad de vida; destacando que Asoproam es una organización que brinda solidez en este territorio gracias a sus prácticas rurales, ambientales y su óptima gestión financiera en la región, lo cual trae beneficios para la finca. También, se evidencian grandes vínculos entre los miembros de la comunidad, esto permite proyectar con gran potencial el turismo rural comunitario, debido a su buena organización y gestión local. Es claro el empoderamiento que han logrado los campesinos en infraestructura para el desarrollo de la actividad turística.

En el diálogo que se realizó con la comunidad en el trabajo de campo, se evidencia que el desarrollo económico está basado en el cooperativismo y la asociatividad; elementos que son axiomas para la comunidad. Además, hay una buena gestión en la democratización de Asoproam, esto demuestra una clara organización económica y una gestión financiera equitativa entre los miembros de la comunidad.

Asoproam cuenta con una página web que ofrece información de las actividades turísticas. Sin embargo, esta información está desactualizada y se sugiere realizar una inversión en este aspecto. Adicional, se propone que la finca y Asoproam realicen una mejor estrategia de *marketing* para consolidar el turismo rural en este territorio.

Ahora bien, hay aspectos en los cuales la finca podría mejorar; el líder de la comunidad indica que hay una falta de estudios que evidencien oportunidades y amenazas del turismo, debido a que esta actividad económica tiene impactos positivos y negativos en el territorio y no hay una base que les permita lograr una óptima gestión. Por ello, se debe capacitar en turismo a los miembros de la comunidad y generar una planificación acorde con la normatividad y legislación turística vigente, la cual no es muy clara para la comunidad.

Aunque se puede argumentar que hay un desempeño favorable en la actividad turística de la finca, se observa gran empirismo en muchos de los procesos. No obstante, se puede compensar con el acompañamiento de universidades de la mano de procesos de investigación, capacitación y proyección social. De este modo, esta iniciativa tendría mayor reconoci-

miento y podría mejorar su rentabilidad. Para ello, se recomienda realizar estudios que conduzcan a una proyección financiera que permita planear una estrategia comercial y económica; sin perder su vocación comunitaria.

Tal y como se mencionó en los aspectos teóricos, la economía solidaria se basa en la solidaridad y asociatividad, rasgos que se demuestran en el estudio de este caso. Es evidente que hay un vínculo entre los miembros de la comunidad, lo que permite el desarrollo de esta actividad económica a pequeña escala de forma asociativa. De igual forma, la organización comunitaria favorece el desarrollo de actividades en las diferentes fincas de forma cooperativa, lo que se puede describir como un turismo rural comunitario.

## Conclusiones

El turismo es una oportunidad que tienen las comunidades rurales para ampliar sus fuentes de ingresos y dar a conocer sus actividades locales y en general su territorio. Este tipo de turismo se proyecta con gran potencial para aquellos viajeros alocéntricos, que buscan experiencias nuevas, con amigos, familia o de manera individual en donde puedan conectarse con la naturaleza. Debido a la coyuntura que surge a partir del COVID-19, en donde se deben evitar las aglomeraciones y los lugares cerrados, el turismo rural cobra mayor relevancia, ya que, permite cumplir con el desarrollo de actividades en lugares al aire libre y respetando el distanciamiento social.

Este es un tipo de turismo en donde la comunidad se reúne y acuerda trabajar mancomunadamente en pro de su territorio, respetando sus costumbres, tradiciones, recursos y procurando buscar una alternativa económica para su sostenimiento. En el caso de la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, el turismo no es la principal fuente de ingresos económicos, sin embargo, sí representa una entrada significativa de recursos.

El turismo rural comunitario que se desarrolla en la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental involucra las actividades tradicionales y culturales del campo, dando a conocer las costumbres y la identidad de la comunidad, gracias a la labor solidaria que realiza Asoproam y los vínculos que establece en el territorio.



El turismo que allí se oferta nace como una iniciativa de la comunidad, esto evidencia una gran apreciación, reconocimiento y gestión de los recursos naturales. Buscan afianzar las características socio-culturales del entorno, rescatando y consolidando las tradiciones y manifestaciones propias de la cultura local, lo que permite que el visitante sienta que comparte y aprende de las actividades de la comunidad en la medida en que esta da a conocer su territorio. Con este fin, la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental busca generar una experiencia turística rural y comunitaria a través de prácticas ambientales y agroecológicas con originalidad en su oferta de servicios.

Esta investigación identificó que el líder entiende el concepto de asociatividad y lo practica, al igual que los conceptos de economía solidaria y comercio justo, gracias a que la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental es miembro de Asoproam. La comunidad trabaja mancomunadamente utilizando los recursos y saberes de cada integrante para proteger y dar a conocer sus actividades rurales. Sin embargo, se recomienda lograr una mayor apropiación del conocimiento ambiental y turístico y adoptar un modelo de planificación turística que permita establecer un turismo sostenible en los aspectos sociales-culturales, ambientales y económicos.

En la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental los precios son competitivos, el producto turístico es innovador y el proyecto cuenta con distintas actividades económicas, como la venta de artesanías y productos naturales. A pesar de ello, los recursos escasean y no se cuenta con financiación externa, lo que dificulta la inversión. Se recomienda potencializar estrategias de *marketing* turístico para mejorar la rentabilidad del proyecto.

Este caso es un claro ejemplo de emprendimiento comunitario, en donde la población se reúne para coadyuvar en la construcción de una economía sostenible, lo que permite el desarrollo comunitario y el beneficio común. A pesar de ello, la comunidad se siente sola y ávida de orientación y apoyo. Se recomienda que el desarrollo de proyectos académicos e investigativos, brinden soluciones a las problemáticas de las comunidades rurales.

En términos generales, el turismo rural comunitario no solo es una alternativa económica para la gestión local, sino también para la economía de las regiones que buscan preservar la identidad. Es importante generar estrate-

gias que fomenten el desarrollo turístico de base local. Para ello, se requiere de mayor apoyo estatal, económico y académico que lleve a estos emprendimientos a lograr un fortalecimiento, para que así aporten significativamente al desarrollo y consolidación del turismo de la región y del país.

La economía solidaria juega un papel clave en el turismo comunitario, en donde el objetivo fundamental es el bien común y donde todos se comprometen a trabajar en pro del desarrollo del territorio, buscando sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica. No obstante, es fundamental capacitar a las comunidades en temas básicos de manejo financiero, así como explicarles los beneficios que tiene la implementación de este tipo de economías en una comunidad.

Gracias a que el caso de estudio pertenece a una asociación, entiende y aplica el concepto de economía solidaria, pero ha desarrollado su oferta turística desde el empirismo y esta no debe ser la generalidad de este tipo de proyectos. Las iniciativas turísticas comunitarias deberían tener la posibilidad de acompañamiento y asesoramiento de entes expertos, estatales o académicos.

Este estudio evidencia la realidad del turismo rural en una coyuntura de pandemia, lo que demuestra una gran proyección de este tipo de turismo debido a que no es masivo. El turismo rural al igual que el ecoturismo y otras morfologías de turismo de naturaleza toman gran relevancia debido al distanciamiento social que plantea la nueva realidad. Esta investigación permite reconocer la importancia de un turismo sostenible, seguro y solidario en el territorio rural.

En tiempos de pandemia hay que adaptarse a la “nueva normalidad”, reactivando de manera sostenible y segura la actividad turística. La cual, se puede desarrollar en espacios abiertos, con todas las medidas de bioseguridad y se convierte en una alternativa adecuada. Después del confinamiento preventivo consecuencia de la pandemia por el COVID-19, visitar la naturaleza y aprender sobre actividades ambientales en los escenarios rurales es una experiencia turística que muchas personas van a contemplar en sus planes.

## Referencias

- Artavia-Jiménez, M. L., Chaves Ortiz, J. A., Cordero-Bonilla, J. y Valverde-Morales, M. (2019). economía solidaria y economía humana: para enriquecer el análisis económico. *Cultura Económica*, 37(97), 15-44.
- Barrera Silva, J. (2020). Las zonas de reserva campesina y la economía solidaria para la construcción de paz en las regiones rurales de Colombia. En: T. Muñoz, N. Albarracín y S. Rojas (eds.), *Desarrollo rural en el contexto del posconflicto*. Universidad Central.
- Cárdenas Trujillo, S. de J., Parra Fernández, M. A. y Velásquez, M. del R. (2018). Gestión de economía solidaria y calidad de vida en las comunidades campesinas. *Desarrollo Gerencial*, 10(1), 83-104. <https://doi.org/10.17081/dege.10.1.3046>
- Crespi-Vallbona, M., Galeas-Ortiz, S. A. y López-Zúñiga, M. A. (2019). Desarrollo turístico inclusivo socialmente. El caso de los desmovilizados en la región del Chocó, Colombia. *Cuadernos Geográficos*, 58(1), 157-179. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i1.6759>
- Diez, V. A. (2020). La teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos: el caso de Tandil. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 18(1), 1-26.
- Espín Maldonado, W. P., Bastidas Araúz, M. B. y Durán Pinos, A. (2017). Propuesta metodológica de evaluación del balance social en asociaciones de economía popular y solidaria del Ecuador. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (90), 123-157.
- Fang, W. T. (2020). Rural tourism. En: *Tourism in emerging economies* (pp. 103-129). Springer.
- Fajardo García, G. (2019). Derecho cooperativo economía social y solidaria. *Cooperativismo & Desarrollo*, 27(114), 1-4.
- Galán, M. L. y Rueda, N. R. (eds.). (2019). Debates contemporáneos sobre el turismo. Tomo V. Turismo en territorios en posconflicto. Una oportunidad latente para la reparación social. Departamento de Publicaciones Universidad Externado de Colombia.
- García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 7(1), 105-140.
- Gómez, V. y Gómez Álvarez, R. (2016). La economía del bien común y la economía social y solidaria, ¿son teorías complementarias? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 87, 257-294.

- Gómez Núñez, N. (2019). Economía solidaria, social y popular en América Latina. *Miríada: Investigación en Ciencias Sociales*, 11(15), 9-21.
- Grande, J. (2020). “Planificación colaborativa del turismo local y de naturaleza en época de crisis”. *El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.
- Hwang, D., Stewart, W. P. & Ko, D. W. (2012). Community behavior and sustainable rural tourism development. *Journal of Travel research*, 51(3), 328-341. 10.1177/0047287511410350
- Lane, B. & Kastenzholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Lee, T. H. & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents’ perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Mathew, P. V. & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.
- Melián, S. & Bulchand, J. (2020). Employment in tourism: The jaws of the snake in the hotel industry. *Tourism Management*, 80, 104-123. 10.1016/j.tourman.2020.104123
- Mora, J. A. y Bohórquez, L. M. (2018). El turismo rural comunitario ¿Una oportunidad en el posconflicto colombiano?. *Riturem*, 2 (2), 49-59. <https://doi.org/10.21071/riturem.u4i0.11524>
- Mora, J. A., Motato, J. W. (2019). *Turismo comunitario en Colombia desarrollo social y sostenibilidad*. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Mora, J. A., Yamova, O. y Murtuzaliev, T. (2019). Community-based tourism as the leading approach to the rural development. En: W. Strielkowski (ed.), *Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics* (pp. 503-510). Springer.
- Ochoa, F. A. (2016). *Tejiendo el territorio. Lineamientos para la construcción del turismo desde lo local*. Departamento de Publicaciones Universidad Externado de Colombia.
- Pacheco, C. V., Carrera B, P. y Almeida F, K.(2011). Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo

- comunitario. Caso de estudio: comunidades huaorani, achuar y shiwar de la Amazonía ecuatoriana. *Gestión Turística*, (15), 21-46.
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1803/180320698018>
- Saavedra Camargo, J. A., García Revilla, R., Martínez Moure, O. y Mora Forero, J. A. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España*. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Sánchez, M. M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 415-438.
- Suriya, K. (2010). *Impact of community-based tourism in a village economy in Thailand: An analysis with VCGE model*. <https://ecomod.net/sites/default/files/document-conference/ecomod2010/1302.pdf>
- Winter, C. P. (2017). Del turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina). *Cuadernos de Geografía*, 26(2), 261-278. <http://dx.doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.59105>

## Anexo. Entrevista semiestructurada al líder de la comunidad

- ▼ ¿Cuáles son los servicios turísticos que oferta la comunidad?
- ▼ ¿El turismo que desarrolla permite que se conserve la integridad sociocultural, ambiental y económica de la comunidad?
- ▼ ¿Qué acciones implementa para mantener la integridad ambiental del lugar?
- ▼ ¿Qué acciones implementa para el sostenimiento económico de la comunidad?
- ▼ ¿Qué acciones implementa para mantener la integridad sociocultural de la comunidad?
- ▼ ¿La finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental pertenece a alguna asociación? Si la respuesta es positiva, ¿quiénes hacen parte de esta asociación? ¿Cuál es su propósito?
- ▼ ¿Cómo es la organización de la comunidad para la oferta turística?
- ▼ ¿De qué manera se incorporan las dinámicas rurales comunitarias en el turismo?
- ▼ ¿Considera que la comunidad está implicada en los proyectos turísticos comunes?
- ▼ ¿Las acciones turísticas y rurales se dan de forma solidaria, voluntaria y equitativa?
- ▼ ¿Las actividades económicas de la comunidad tienen en cuenta la asociatividad y el comercio justo?



**Capítulo IV.**

# **DESARROLLO DE RECETAS CULINARIAS MEDIANTE TÉCNICAS DE COCINA MOLECULAR Y SU ACEPTABILIDAD**

Carlos Alberto Vargas Bermúdez<sup>1</sup>

Juan Camilo Ramos Velasco<sup>2</sup>

Luis Alfonso Loja Miño<sup>3</sup>



---

1 Docente. Corporación Universitaria Comfacaucá. Correo electrónico: [cvargas@unicomfacaucá.edu.co](mailto:cvargas@unicomfacaucá.edu.co)

2 Docente. Corporación Universitaria Comfacaucá. Correo electrónico: [cocteldonjuan@gmail.com](mailto:cocteldonjuan@gmail.com)

3 Docente. Corporación Universitaria Comfacaucá. Correo electrónico: [alojam@sanmateo.edu.co](mailto:alojam@sanmateo.edu.co)

## Resumen

**S**e elaboraron cocteles modificando textura a partir de técnicas de mixología molecular. Para esto, se desarrollaron formulaciones teniendo en cuenta características fisicoquímicas de materias primas y aditivos alimentarios. Posteriormente, se efectuó un análisis sensorial mediante escala hedónica de 1 a 9 puntos desde “me disgusta mucho” hasta “me gusta mucho” respectivamente, empleando un panel interno no entrenado de 80 personas, evaluando atributos como: sabor, color, aroma y textura, en tres muestras de cocteles (“gin fizz”, “orgasmo”, y “dulce recuerdo”), determinando diferencias estadísticamente significativas en el nivel de agrado de cada atributo, mediante análisis de varianza ( $p < 0,05$ ), y prueba de comparación pareada (DMS). Los resultados obtenidos reportaron que el coctel orgasmo fue el más agradable con un puntaje de  $8,2 \pm 0,97$  “me gusta mucho”, seguido de dulce recuerdo con  $7,6 \pm 1,25$  “me gusta moderadamente”, y con menor aceptabilidad gin fizz con  $6,56 \pm 1,76$  “me gusta levemente”.

**Palabras clave:** esferificación, esferificación inversa, esferificación directa, gelificación, escala hedónica, mixología molecular.

## Abstract

**C**ocktails were made by modifying the texture using molecular mixology techniques. For this, formulations were developed taking into account physicochemical characteristics of raw materials and food additives. Subsequently, a sensory analysis was carried out using a hedonic scale of 1 to 9 points from “I dislike it a lot” to “I like it a lot” respectively, using an internal untrained panel of 80 people, evaluating attributes such as: taste, color, aroma, and texture, in three samples of cocktails (Gin Fizz, orgasm, and sweet memory), determining statistically significant differences in the level of liking for each attribute, through analysis of variance ( $p < 0,05$ ), and paired comparison test (DMS). The results obtained reported that the Orgasm cocktail was the most pleasant with a score of  $8.2 \pm 0.97$  “I like it very much”, followed by Sweet Memory with  $7.6 \pm 1.25$  “I like it moderately”, and with the lowest Gin Fizz acceptability with  $6.56 \pm 1.76$  “I like it slightly”.



**Keywords:** Spherification, reverse spherification, direct spherification, gelation, hedonic scale, molecular mixology.

## Introducción

La evolución constante y rápida en el mundo de los alimentos durante los últimos años ha cambiado la forma en que chefs/bartenders y científicos de alimentos realizan investigaciones en restaurantes/bares y laboratorios a nivel mundial, debido a que en la preparación de los alimentos ocurren muchas transformaciones físicas y químicas. A partir de estos ensayos, surgió un nuevo término ampliamente conocido como “gastronomía molecular”, que estudia la comprensión científica de los fenómenos culinarios (Vega y Ubbink, 2008; Iuanovic *et al.*, 2011; Caporaso y Formisano, 2015), teniendo en cuenta las propiedades fisicoquímicas de los alimentos, ingredientes (adicionados o no) y los procesos tecnológicos a los que se someten (Chocoano, 2008) para obtener una óptima preparación con textura particular, que combine el enfoque tradicional, moderno, y artístico con el conocimiento científico (Mancini, 2015). En este contexto, la cocina molecular evoluciona continuamente y es muy atractiva al ser humano, ya que juega con los cinco sentidos, creando nuevas sensaciones en el consumidor. Sus orígenes se remontan al físico húngaro Nicholas Kurti (1908-1998), quien promovió el intercambio intelectual y artístico entre físicos y chefs a través de una conferencia denominada “La física en la cocina” (Kurti y This-Benckhard, 1994). En 1988 se unió a Kurti el químico francés Hervé This, y fundaron esta disciplina científica que utiliza la ciencia no solo en los procesos culinarios, sino también en el propio acto de servir y consumir los alimentos (Escandell, 2015).

Por su parte, la mixología es un arte que se deriva de la combinación de la raíz del latín *misc* (mix) que significa mezclar, con el griego antiguo (*logi-ke*), que significa ciencia (Gaspar Lao, 2018), y se define como la ciencia que se encarga de comprender el acto de mezclar bebidas (*cocktails*, *mocktails* y *barismo*) (Orozco, 2016). De este modo, mientras que la mixología clásica se encarga de “inventar” cocteles, la mixología molecular se encarga de agregar ingredientes con enseres y técnicas que se usan generalmente en la gastronomía, con el fin de lograr distintas presentaciones y realzar el

sabor (Ortiz, 2010), intentado comprender lo que ocurre a nivel molecular en la elaboración de un coctel (Razvozova, 2017), buscando crear nuevas bebidas, modificando su textura, con sabores y sensaciones innovadores, de aspecto visual más atractivo, que permitan brindar al consumidor una nueva experiencia sensorial (Montealegre Pérez *et al.*, 2017).

Un coctel es la unión de dos o más ingredientes, con los cuales se realiza una perfecta mezcla de sabores y sensaciones, donde predominan, en la mayoría de casos, las bebidas alcohólicas, por tal razón, la estructura de un coctel debe ser armónica y equilibrada, y allí juegan un papel importante las frutas, edulcorantes, extractos, oleos y productos aromáticos para obtener un trago largo o corto con las técnicas necesarias aplicadas a cada receta (Sierra y Rubio Marín, 2011); según Razvozova (2017), es posible cambiar la estructura de un coctel cuando se emplean diferentes técnicas de mixología molecular como la emulsificación, la gelificación, y la esferificación que puede ser directa o inversa. Todo esto se logra mediante el conocimiento de los orígenes y las composiciones fisicoquímicas (densidad, pH, concentración de alcohol, contenido de azúcares, entre otros) de las bebidas a incorporar en cada mezcla (Gaspar Lao, 2018).

Se puede decir que el coctel gin fizz es una bebida mixta clásica que se compone de ginebra y otros ingredientes, muy parecido a un whisky fizz, presenta sabor cítrico, muy ligero, y ácido (Graham, 2019). Por su parte, el coctel orgasmo es una bebida mixta popular que se realiza a partir de licor de café, amaretto y crema irlandesa, al cual se le pueden agregar opcionalmente otras bebidas alcohólicas (Graham, 2019). Estos cocteles presentan algunas variaciones en su preparación y servicio, que los hacen llamativos al consumidor.

El propósito de este estudio fue determinar la aceptabilidad de diferentes cocteles (orgasmo, gin fizz y dulce recuerdo), modificando su textura y presentación, empleando técnicas de mixología molecular que permitieran conocer el nivel de agrado en un grupo de consumidores heterogéneos que diferían en gustos, sexo, edad, etnia, entre otros, comprendido entre docentes y administrativos de la Corporación Universitaria Comfacauca.

Por esta razón, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿qué aceptabilidad sensorial tiene en un grupo de consumidores los cocteles elaborados mediante técnicas de gastronomía molecular?

## Marco teórico

La gastronomía molecular tiene como sello de distinción la realización de platos innovadores mediante la introducción de técnicas sofisticadas, la implementación de elementos tecnológicos y la utilización tanto de ingredientes tradicionales como nuevos (Mancini, 2015).

Las técnicas empleadas se basan en modificar textura y presentación (emplatado), controlando de manera precisa las variables de proceso (tiempo/temperatura de cocción), al igual que la cantidad de aditivos alimentarios a usar, que al ser combinadas con la aplicación de técnicas de vanguardia, se logre obtener un plato mejor elaborado (Amaguaña, 2017).

Algunas técnicas que se emplean en mixología molecular son las siguientes:

**Esferificación.** Es la transformación de un alimento en esferas líquidas, mediante la gelificación de la interfase entre dos sustancias, se obtiene una vesícula, o esfera, gelificada en la superficie y líquida por dentro. La preparación obtenida es esférica porque esta es la forma que permite minimizar el área de la interfase entre los dos líquidos y, por lo tanto, la energía del sistema (Mans y Castells, 2011). Dependiendo de la composición del alimento, esta técnica se realiza en dos vías:

**Esferificación básica o directa** Se disuelve en el producto alimentario una cantidad de alginato, el cual se sumerge en gotas en una solución de cloruro de calcio. Alrededor de estas gotas se genera una membrana exterior estable y que produce la gelificación parcial del líquido y forma la esfera (Mans y Castells, 2011; Razvozova, 2017). Se restringe aplicar esta técnica en alimentos grasos, lácteos, muy ácidos y en bebidas alcohólicas de graduación superior a 30° Gay Lussac (Tatiana, 2015).

**Esferificación inversa.** Es un método ideal para encapsular un líquido en una gran esfera (Razvozova, 2017). Consiste en introducir un alimento rico en calcio (productos lácteos) en una disolución de alginato. Sin embargo, si el alimento líquido no contiene calcio, se adiciona gluconolactato de calcio o lactato de calcio como fuente de iones de calcio, los cuales al contacto del baño de alginato, estos iones migran hacia la superficie, formando una membrana en gel, este proceso se detiene cuando se enjuagan las esferas (Mans y Castells, 2011).

**Gelificación.** Es el proceso de convertir una sustancia en forma de gel, cuya estructura es una red tridimensional continua de moléculas o partículas que engloba o atrapa un gran volumen de una fase líquida continua, con la ayuda de un agente gelificante, por ejemplo, agar-agar, gelatina, carragenato, goma gellan, pectina y metilcelulosa, los cuales requieren hidratarse previamente, para obtener un gel duro o suave (Fennema, 2019; Razvozova, 2017).

**Emulsificación.** Es una técnica que se utiliza para transformar cualquier alimento en estado sólido o líquido, incorporando un gas (aire), para obtener una espuma ligera y rica (Razvozova, 2017), a través de la adición de una sustancia surfactante, p. lecitina de soja, que ayuda a estabilizar la interfase de los sistemas dispersos (Mancini, 2015). Durante este proceso se requiere equipo especial como agitadores, batidoras de mano o batidores de N<sub>2</sub> o tipo de sifón (Molecule-R, 2016)

## Metodología

### Formulación de recetas estándar

Los cocteles que se emplearon para modificar la textura a partir del uso de técnicas de mixología molecular son:

### Coctel gin fizz

En la tabla 4-1, se muestra la formulación del coctel gin fizz

**Tabla 4-1.** Cantidad de ingredientes (gr o ml) usados en la formulación del coctel gin fizz

<i>Ingredientes</i>	<i>gr</i>
Ginebra (ml)	80
Limón (ml)	55
Gluconolactato de calcio	1,3
Goma xantana	0,2
Agua	200
Agar - agar	3
Clara huevo	30
Soda (ml)	100

El prelistamiento del coctel consistió en preparar un almíbar seis especias, en donde se hizo una infusión de una mezcla de 600 ml de agua en presencia de limoncillo, cardamomo, menta, anís, y yerbabuena, adicionalmente se preparó una solución de alginato de sodio al 0,5 %.

La preparación del coctel se efectuó en diferentes fases: en primer lugar, se realizó una esferificación inversa mediante la mezcla de 60 ml de ginebra, 30 ml de almíbar, 15 ml de limón, 1,3 g gluconolactato de calcio, y 0,2 g goma xantana, en una batidora de inmersión; posteriormente, se depositó en bolsas de polietileno y se empacó al vacío para evitar burbujas, después se retiró del empaque y se sumergió en una solución de alginato de sodio al 0,5 % durante 1 minuto, después, se sacaron del baño, y se pasaron por agua para evitar sabores indeseados; en segundo lugar, se realizó un gel base en donde se mezclaron 200 ml de agua, 3 g de agar - agar, 60 ml de almíbar, y se llevó en un recipiente a una temperatura de 80 °C por 2 minutos para activar el gelificante, después se vació en moldes en forma de lingote, se dejó enfriar y se desmoldaron para servir; en tercer lugar, se mezcló en una coctelera 20 ml de ginebra, 30 g de clara de huevo, 25 ml de limón, y 5 g de hielo, se agitó suavemente, se sirvió en un vaso y se agregó soda para recrear una especie de volcán.

## Coctel orgasmo

La formulación del coctel orgasmo se muestra en la tabla 4-2.

**Tabla 4-2.** Cantidad de ingredientes (gr o ml) usados en la formulación del coctel orgasmo

Ingredientes	gr
Vodka (ml)	10
Amaretto (ml)	30
Kahlua (ml)	30
Sirope simple	7
Goma gellan	5
Crema de leche	100
Baileys (ml)	69
Gelatina	4
Azúcar invertido	10
Jugo cereza	60
Agua	30
Agar - agar	2,5
chocolate	300

Para el *mise en place* de este coctel, se realizó un sirope simple en relación 1:1 (100 g agua por 100 g azúcar), el cual se llevó a ebullición por 3 minutos. Así mismo, en la preparación del coctel orgasmo se construyeron 3 capas con diferente textura, que se describen así: la capa interna se denominó “centro sorpresa”, la cual se elaboró mezclando 10 ml de vodka, 30 ml de amaretto, 30 ml de Kahlua, 7 g de sirope simple, y 5 g de goma gellan, posteriormente a esta mezcla, se le aplicó calor hasta alcanzar una temperatura de 40 °C, con el fin de evitar evaporación de alcohol, se agitó suavemente hasta obtener una textura en gel, y se incorporó en una manga pastelera para su reserva; se continuó con la preparación de la capa intermedia, que fue una *mousse*, y se elaboró mezclando 100 ml de crema de leche, 69 ml de Baileys, y 4 g de gelatina previamente hidratada, la cual se llevó a baño maría a 45 °C, hasta tener una consistencia líquida, y luego se disminuyó la temperatura a 28 °C. Se mezclaron todos los ingredientes y se dejaron en una crema pastelera, después se incorporó en moldes redondos y se llevó a congelación (-18 °C), pasados 10 minutos con una parisienne se realizó una perforación en el

centro y se procedió a introducir la mezcla anterior (centro sorpresa), se rellenó con un poco de *mousse* y se llevó nuevamente a congelación en los moldes para ser retirados después; finalmente, se elaboró la capa externa que se denominó “manto de cereza”, en la que se empleó una combinación de azúcar invertido, 60 ml de jugo de cereza, 30 ml de agua, y 2,5 g de agar; a esta mezcla se le aumentó temperatura hasta 80 °C y se mantuvo durante 2 minutos, a continuación, se disminuyó la temperatura hasta 60 °C y se sumergieron las esferas anteriormente elaboradas (centro sorpresa + *mousse*) formando un manto que ayuda a sostenerlas.

### Coctel dulce recuerdo

La formulación del coctel dulce recuerdo se muestra en la tabla 4-3.

**Tabla 4-3.** Cantidad de ingredientes (gr o ml) usados en la formulación del coctel dulce recuerdo

Ingredientes	gr
Aguardiente (ml)	137
Limoncillo	4
Glucanólactato de calcio	1,25
Goma xantana	0,2
Agraz	100
Azúcar	50
Granadina	68
Lecitina	0,4
Cardamomo	2
Menta	4
Anís	4
Canela	4
Yerbabuena	2
Guarapo (ml)	90

Para el prelistamiento se preparó un almíbar seis especias con una infusión de una mezcla de 600 ml de agua en presencia de limoncillo, cardamomo, menta, anís, y yerbabuena, adicionalmente, se preparó una solución de alginato de sodio al 0,5 %, y por último, se preparó un almíbar de agraz, para

el que se sometió a ebullición una combinación de 100 ml de jugo de agraz previamente licuado, 100 ml de agua, 50 g de azúcar hasta reducir 1/3 su volumen, posteriormente se dejó enfriar, y se reservó.

Para la preparación de este coctel, se emplearon perlas de aguardiente infundido con limoncillo que se elaboraron realizando una infusión de 137 ml de aguardiente con 3 g de limoncillo, para esto se depositó esta mezcla en una bolsa de polietileno y se empacó al vacío, después se introdujo a un Sous Vide profesional marca Polyscience SVC – AC1B el empaque con la mezcla en su interior, y se expuso a 45 °C durante 5 minutos, se retiró el limoncillo y se pasó la infusión por un tamiz, posteriormente se mezcló en una batidora de inmersión 50 ml de almíbar seis especias, 125 g de gluconolactato de calcio, y 0,2 g de goma xantana, por último, empleando una cucharilla, se realizaron esferas de 2 ml en una solución de alginato de sodio al 0,5 %, las cuales se dejaron en contacto durante 1 minuto, se retiraron y se pusieron en agua. Finalmente, se elaboró el cuerpo del coctel que se compone de la mezcla de 90 ml de guarapo, 25 ml de sirope seis especias, y 30 ml de almíbar de agraz y hielo, se agitó suavemente en una coctelera hasta que alcanzó una temperatura de 6 °C para posteriormente servir en vasos.

### **Evaluación de pH, contenido de sólidos solubles totales (SST), temperatura, y concentración de alcohol**

El pH se determinó usando un pH metro HANNA HI 98103 Checker®, previamente calibrado con soluciones buffer estándar de 4,01 y 7,01 respectivamente. De igual manera, se empleó un refractómetro portable Brixco® modelo 3090 con rango de 0 a 90°Brix, para determinar el contenido de sólidos solubles totales, calibrado con agua destilada. Así mismo, la temperatura se determinó usando un termómetro de punzón Winco® TMT – DG4 con rango entre -40 °C a 230 °C, calibrado. Del mismo modo, se utilizó un Rotavapor DLAB® RE 100-S adaptado a una bomba de vacío Mao Yang® SHZ – D (III) con presión de vacío de 0.07 MPa, en donde se depositó un volumen de muestra conocido y se obtuvo un destilado en 5 horas, el cual se utilizó para medir la concentración de alcohol mediante un alcoholímetro Gay Lussac – Cartier® con un rango entre 0 y 100 %. Cada análisis se realizó por triplicado.



### Prueba sensorial de aceptabilidad

Se realizó un análisis sensorial empleando un panel interno no entrenado de 80 personas (Liria Domínguez, 2008; Watts *et al.*, 1992), compuesto por docentes y administrativos de la Corporación Universitaria Comfacauca, con edades entre 18 y 65 años, distribuidos así: 45 % hombres y 55 % mujeres. Cada consumidor degustó en su puesto de trabajo tres muestras codificadas de forma aleatoria, ofrecidas a temperatura ambiente (25 °C), de acuerdo a un diseño de bloques completamente al azar para evitar el efecto del orden. La sesión se realizó de 3:00 p. m. a 4:00 p. m. Finalmente, se evaluaron los atributos sensoriales de color, aroma, textura y sabor mediante una escala hedónica de nueve puntos, desde 1 (“me disgusta extremadamente”) hasta 9 (“me gusta extremadamente”).

### Análisis estadístico

Se aplicó un análisis de varianza (ANOVA) simple para determinar diferencias estadísticamente significativas en el nivel de aceptabilidad de las muestras. Posteriormente, se efectuó una comparación pareada de medias, a través de la prueba de diferencia mínima significativa ( $p < 0,05$ ), con el fin de escoger la(s) mejor(es) preparación(es) evaluadas (Gutiérrez Pulido y De la Vara Salazar, 2008).

## Resultados y discusión

### Coctel gin fizz

En la figura 4-1, se muestra una deconstrucción del coctel gin fizz con cada textura.

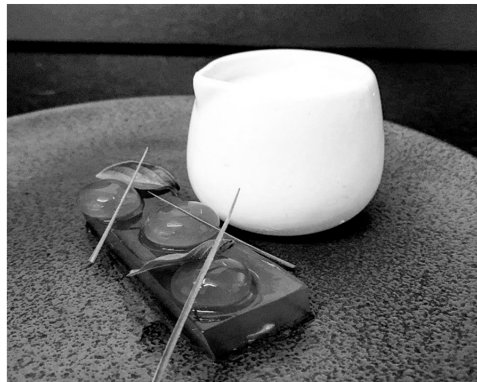


Figura 4-1. Coctel Gin Fizz

Como se puede observar, se obtuvo un coctel gin fizz con diferentes texturas. La esferificación reportó valores de pH  $3,4 \pm 0,1$ ; contenido de sólidos solubles totales de  $21,7 \pm 0,6$  %; y concentración de alcohol de  $27,4 \pm 0,6$  % (v/v). De igual manera, el volcán arrojó valores de pH  $3,2 \pm 0,1$ ; contenido de sólidos totales de  $2,3 \pm 0,3$  %; y concentración de alcohol de  $12,1 \pm 0,3$  % (v/v). Finalmente, la base de gel reportó valores de contenido de sólidos totales de  $9,8 \pm 0,8$  % y pH  $4,9 \pm 0,1$ .

### Coctel orgasmo

En la figura 4-2, se muestra el coctel orgasmo desarrollado.



Figura 4-2. Coctel orgasmo

Las texturas desarrolladas en éste coctel y los resultados de las características fisicoquímicas obtenidos fueron: centro sorpresa que presentó forma de gel reportó valores de contenido de sólidos totales del  $33,3 \pm 1,1$  %; pH  $5,2 \pm 0,1$ ; y concentración de alcohol de  $22,7 \pm 1,1$  % (v/v). La capa intermedia que presentó textura de una *mousse* arrojó valores de contenido de sólidos solubles de  $61,7 \pm 1,5$  %; pH  $4,9 \pm 0,1$ ; y concentración de alcohol de  $7,05 \pm 0,3$  % (v/v). Finalmente, el manto de cereza que presentó una textura de falso caviar en capa delgada de gel reportó valores de contenido de sólidos solubles totales de  $45,3 \pm 1,5$  %, y pH  $3,6 \pm 0,1$ .

### Coctel dulce recuerdo

En la figura 4-3 se muestra el desarrollo del coctel dulce recuerdo.



**Figura 4-3.** *Coctel dulce recuerdo*

Los resultados de las características fisicoquímicas obtenidos y las texturas desarrolladas en la elaboración de este coctel fueron: perlas de aguardiente infusionadas con limoncillo que presentó textura de esferas reportaron valores de contenido de sólidos totales de  $17,7 \pm 0,5$  %; pH  $4,9 \pm 0,1$ ; y concentración de alcohol de  $15,2 \pm 1,0$  % (u/v), y el cuerpo del coctel que fue una sustancia líquida, arrojó valores de contenido de sólidos totales de  $8,3 \pm 0,3$  %; pH  $3,0 \pm 0,1$ ; y concentración de alcohol de  $1,0 \pm 0,16$  % (u/v). Borges Hernández (2014) efectuó un estudio empleando agua, jarabe y etanol con el fin de determinar la influencia del grado alcohólico y el contenido de azúcar sobre la esferificación directa de licores. Para esto, realizó mezclas, teniendo en cuenta sus restricciones, conociendo que el contenido de etanol debe estar entre 20 % y 40 %, el jarabe de 60°Brix debe estar entre el 10 % al 60 %, y el agua entre 0 % y 70 %. A partir de esta información, creó combinaciones empleando diferentes proporciones y evaluó la viscosidad, el tamaño y la fuerza de gel de las esferas. Se encontró que el incremento del porcentaje alcohólico en la mezcla incide directamente en la pérdida de solubilidad del polisacárido (alginato de sodio), mientras que el aumento de la concentración de sacarosa afecta la solubilidad e hidratación, ya que, compite por las moléculas de agua en el entorno (Fennema, 2019). En consecuencia, la viscosidad disminuye debido a que se reduce el volumen relativo del polímero asociado a las moléculas de disolvente del medio, lo que debilita la formación de un gel superficial que funcione como película y encapsule adecuadamente el líquido interno, teniendo en cuenta que la fuerza de gel

de las esferas obtenidas fueron inferiores a 25 N, valor de óptima calidad en tamaño y forma.

Para corregir este fenómeno, algunos investigadores como Jyoti Sen (2017), Montealegre Pérez *et al.* (2017), Chef Edmund (2017) y Ludizaca Pérez y Robles Aguilar (2018) sugieren realizar una esferificación inversa en cocteles y, además, aumentar la viscosidad mediante la adición de goma xantana a concentraciones inferiores al 0,5 %, el cual ayuda a suspender las partículas sólidas del medio acuoso entre las que se encuentra los iones de calcio para que interactúen posteriormente con el baño de alginato de sodio fácilmente y formen una membrana gelatinosa gruesa en la superficie del líquido.

En otro sentido, Moreno Lucero (2014) elaboró diferentes líneas de helados empleando distintas proporciones de cocteles tradicionales, en donde realizó pruebas con 20 % de coctel y 80 % crema inglesa; 30 % de coctel y 70 % de crema inglesa; y 35 % de coctel y 65 % de crema inglesa respectivamente, encontrando que la línea de helados con 30 % y 35 % de coctel presentó una textura defectuosa, debido a que la alta concentración de alcohol no permitió una adecuada congelación del producto, suspendiéndose el licor de la crema inglesa, formando capas de cristales de hielo. Por lo tanto, la línea de helados con mejor textura fue la mezcla de 20 % de coctel y 80 % de crema inglesa.

### Análisis sensorial de cocteles

La tabla 4-4 muestra los resultados de la evaluación comparativa de los atributos sensoriales de tres muestras de cocteles: gin fizz, orgasmo y dulce recuerdo.

**Tabla 4-4.** Evaluación de algunas propiedades sensoriales de cocteles con textura modificada

Tipo de coctel	Atributos sensoriales*				
	Aroma	Color	Sabor	Textura	Aceptabilidad general
Orgasmo	7,93 ± 1,04 <sup>a</sup>	8,29 ± 0,98 <sup>a</sup>	8,34 ± 0,86 <sup>a</sup>	8,25 ± 1,01 <sup>a</sup>	8,2 ± 0,97 <sup>a</sup>
Gin fizz	6,41 ± 1,53 <sup>c</sup>	6,45 ± 1,55 <sup>c</sup>	6,59 ± 1,89 <sup>c</sup>	6,79 ± 2,08 <sup>b</sup>	6,56 ± 1,76 <sup>c</sup>
Dulce recuerdo	7,19 ± 1,46 <sup>b</sup>	7,59 ± 1,15 <sup>b</sup>	7,76 ± 1,37 <sup>b</sup>	7,86 ± 1,02 <sup>a</sup>	7,6 ± 1,25 <sup>b</sup>

\*Medias con letras diferentes (a, b, y c) dentro de una misma columna difieren significativamente ( $p < 0.05$ ).

Respecto a los resultados obtenidos se puede mencionar que las muestras presentaron diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0,05$ ) en los atributos sensoriales de aroma, color, sabor y textura; eso quiere decir, que las respuestas en el nivel de agrado por parte de los panelistas fueron distintas en cada atributo. En términos generales, el coctel orgasmo presentó mayor aceptabilidad en los atributos de aroma, color y sabor; y fue estadísticamente de similar agrado en textura al coctel dulce recuerdo. En efecto, el coctel gin fizz presentó menor aceptabilidad, debido probablemente a la adición de goma xantana, lo cual aumenta la viscosidad del líquido en el interior de las esferas o perlas de aguardiente infundada con limoncillo, tornándose un poco desagradable al paladar.

Jordan Suárez *et al.* (2015) evaluaron el efecto de la concentración de alginato de sodio y cloruro de calcio sobre la textura sensorial de chicha morada esferificada, y encontraron que la combinación de 0,75 % de alginato de sodio y 0,5 % de cloruro de calcio ofrecieron mayor aceptabilidad en la textura de las esferas, en 30 jueces no entrenados.

En otro sentido, Moreno Lucero (2014) evaluó la aceptabilidad de una línea de helados con un 20 % de coctel y 80 % de crema inglesa, y, en términos generales, encontró que al 55 % de los 23 panelistas no entrenados, les “gustó mucho” la consistencia, el sabor, el olor, el color y la textura de esta línea de productos, es decir que el juzgamiento tuvo una alta aceptabilidad para ésta línea de helados en todos los atributos sensoriales.

## Conclusiones

**P**ara la obtención de esferas, es necesario tener en cuenta que en cocteles donde la concentración de alcohol es superior al 20 %, se debe efectuar una esferificación inversa y adicionar goma xantana en concentraciones por debajo del 0,5 %, con el fin de aumentar viscosidad y, adicionalmente, ayudar a dispersar las partículas sólidas del medio acuoso (i.e. iones de calcio), para que se forme fácilmente la esfera en un baño posterior con solución de alginato de sodio al 0,5 %. En sentido contrario, la técnica de esferificación directa se puede emplear en cocteles cuya concentración de alcohol sea inferior al 15 %.

Respecto al análisis sensorial de los cocteles obtenidos, se concluye que el coctel orgasmo tuvo una mayor aceptabilidad en todos los atributos evaluados de forma comparativa, con 75 personas en promedio (93,75 %) que reportaron puntaje superior a 7, debido a que este coctel presentó un sabor y aroma agradable, color llamativo y textura con capas gelificadas suaves al paladar.

El trabajo realizado con los diferentes cocteles clásicos permite ofrecer una paleta de sabores y texturas que ayudan al crecimiento de la coctelería, mediante la transformación de bebidas tradicionales en pequeñas obras gastronómicas empleando técnicas de vanguardia.

La mixología molecular, enmarcada en las nuevas tendencias de desarrollo gastronómico frente a la búsqueda de alternativas novedosas que buscan una mayor diversidad de experiencias en los consumidores, representa la oportunidad de generar valor agregado a preparaciones del sector, como en el caso de los cocteles, empleando materias primas promisorias de la región. Es pertinente continuar los esfuerzos hacia la comprensión de fenómenos físico-químicos dentro de las preparaciones culinarias, donde se potencie el vínculo de ciencia y gastronomía, para beneficio de la industria.

El uso de aditivos alimentarios en mixología molecular permitió a los consumidores vivir nuevas experiencias al degustar cocteles con textura diferente y presentación atractiva en mesa. La modificación de textura en el desarrollo de nuevas preparaciones debe considerar aspectos fisicoquímicos en la utilización de materias primas y aditivos, con el fin de obtener un producto estable en su estructura que logre un equilibrio en las diferentes fases desarrolladas. El conocimiento y la combinación efectiva de estos factores incrementan el nivel de aceptabilidad de los cocteles y permiten al consumidor vivir y explorar nuevas experiencias culinarias.

## Referencias

- Amaguaña, D. (2017). Plan de negocios para un restaurante de cocina molecular en el sector norte de la ciudad de Quito. Universidad Tecnológica Israel.
- Borges Hernández, L. (2014). Influencia del grado alcohólico y el contenido de azúcar en la “esferificación” directa de licores. (Tesis de grado, Universidad de La Habana. Instituto de Farmacia y Alimentos).
- Caporaso, N. & Formisano, D. (2015). Developments, applications and trends of molecular gastronomy among food scientists and innovative chefs. *Food Reviews International*, 32:4, 417-435. 10.1080/87559129.2015.1094818
- Chef Edmund. (2017). The art of the spherification. Cape Crystal Brands.
- Chocoano, Á. (13 de octubre de 2008). La mixología y gastronomía en tendencia molecular. [http://chefuri.net/usuarios/download/tendencias\\_molecular/TENDENCIA\\_MOLECULAR\\_x\\_Ango.pdf](http://chefuri.net/usuarios/download/tendencias_molecular/TENDENCIA_MOLECULAR_x_Ango.pdf)
- Escandell, J. (2015). Gastronomía molecular: de la empiria a la innovación científica. *Revista de Ciencias Farmaceuticas y Alimentarias*, 1(2), 1-8.
- Fennema, O. (2019). Química de los alimentos. Editorial Acibria, S.A.
- Gaspar Lao, J. M. (25 de mayo de 2018). La mixología conceptual y su relación con el desarrollo del turismo de entretenimiento en la ciudad de Huánaco. (Tesis de grado, Universidad de Huánuco). <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/1010>
- Graham, C. (2019 de junio de 2019). The spruce eats. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.thespruceeats.com/gin-fizz-recipe-759670>
- Gutiérrez Pulido, H. y De la Vara Salazar, R. (2008). Análisis y diseño de experimentos. McGraw-Hill Interamericana.
- Ivanovic, S., Mikinac, K. & Perman, L. (2011). Molecular gastronomy in function of scientific implementation in practice. *UTMS Journal of Economics*, 2(2), 139-150.
- Jordan Suárez, O., Manayay Sánchez, D. y Ramos Ramírez, M. (2015). Efecto de la concentración de alginato de sodio y cloruro de calcio en la textura

- de chicha morada esferificada. Universidad Le Cordon Bleu. <http://repositorio.ulcb.edu.pe/handle/ULCB/30>
- Jyoti Sen, D. (2017). Cross linking of calcium ion in alginate produce spherification in molecular gastronomy by pseudoplastic flow. *World Journal of Pharmaceutical Sciences*, 5(1), 1-10.
- Kurti, N. & This-Benckhard, H. (1994). Chemistry and physics in the kitchen. *Scientific American*, 270(4), 66-71. 10.1038/scientificamerican0494-66.
- Liria Dominguez, M. R. (2008). Guía para la evaluación sensorial de alimentos. Recuperado el 07 de diciembre de 2019, de <https://pdfs.semanticscholar.org/faee/c49e086428333bcee23b7900ececa4b16b9a.pdf>
- Ludizaca Pérez, D. E. y Robles Aguilar, M. F. (2018). Propuesta de aplicación de técnicas de coctelería clásica y molecular en frutas cultivadas en el Azuay: chamburo, durazno, pera, y reina claudia. (Tesis de grado, Universidad de Cuenca).
- Mans, C. y Castells, P. (2011). La nueva cocina científica. *Investigación y Ciencia*, (421), 56-63.
- Mancini, F. (2015). Mousse de chocolate realizado con una técnica de Hervé This de Gastronomía Molecular. Universidad FASTA.
- Molecule-R. (25 de septiembre de 2016). Molecule-R. Emulsification. <https://molecule-r.com/blogs/molecular-gastronomy-techniques/emulsification>
- Montealegre Pérez, A., Suárez Leiton, J. A. y Tauta Posada, J. D. (20 de julio de 2017). Aprovechamiento de la cholupa en mixología molecular. (Tesis de grado, Universitaria Uniagustiniana).
- Moreno Lucero, M. A. (07 de agosto de 2014). Elaboración de una línea de helados a base de cocteles tradicionales y su aplicación en la nueva tendencia de repostería, Riobamba 2013. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). <https://1library.co/document/zx50k5oq-elaboracion-helados-cocteles-tradicionales-aplicacion-tendencia-reposteria-riobamba.html>
- Orozco, C. (2016). Mixología “El arte de mezclar bebidas”. 19° Edición EXPOCAFE. Tradex Exposiciones.
- Ortiz, H. (5 de febrero de 2010). Mixología molecular, la ciencia al servicio de las bebidas. *The Food Tech*. <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/15682-mixologia-molecular-la-ciencia-al-servicio-las-bebidas>
- Razvozova, K. (2017). Molecular mixology. Case: Molecular days in the Restaurant Bar&Bistro. Saimaa University of Applied Sciences.



- Sierra, J. y Rubio Marín, J. (2011). Los refrescos en la coctelería. Asociación Nacional de fabricantes de bebidas refrescantes analcohólicas.
- Tatiana, D. C. (11 de marzo de 2015). Esferificación, la técnica que inició la gastronomía molecular. (T. DC, Editor, & Una bióloga en la cocina). [Mensaje en un blog]. <https://unabiologaenlacocina.wordpress.com/2015/03/11/esferificacion-la-tecnica-que-inicio-la-gastronomia-molecular/>
- Vega, C. y Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: a food fad or science supporting innovative cuisine? *Trends in Food Science & Technology*, 19(7), 372-382. 10.1016/j.tifs.2008.01.006
- Watts, B., Ylimaki, G., Jeffery, L. y Elías, L. (1992). Basic sensory methods for food evaluation. International Development Research Centre.



**Capítulo V.**

# **IMPACTO DE LA ENTRADA DE AIRBNB PARA EL SECTOR DEL ALOJAMIENTO EN LA HOTELERÍA DE BOGOTÁ**

Yency Marcela Velandia<sup>1</sup>  
María del Pilar Torres Gómez<sup>2</sup>



- 
- 1 Docente. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Correo electrónico: [ymvelandia@unicolmayor.edu.co](mailto:ymvelandia@unicolmayor.edu.co)
  - 2 Docente. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Correo electrónico: [mptorresg@unicolmayor.edu.co](mailto:mptorresg@unicolmayor.edu.co)

## Resumen

Los establecimientos de alojamiento, principalmente los hoteles, se han venido enfrentando a unos importantes retos que los han llevado en diversas ocasiones a tener que reinventarse, estar a la vanguardia y generar estrategias comerciales y de servicios que les permitan continuar con el desarrollo habitual de su operación. Actualmente, uno de los retos es el surgimiento de nuevos modelos de negocio de economía colaborativa como lo es Airbnb. Se considera necesario que las empresas tengan datos que brinden herramientas para disponer de un panorama concreto y así poder tomar las decisiones pertinentes y ser más competitivos en el mercado. Esta necesidad dio origen a la realización del presente artículo, con el cual se busca establecer si en el marco del periodo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019, el sector hotelero ubicado en Bogotá, Colombia, ha disminuido su índice de ocupación por el ingreso de Airbnb. En contraste con lo anterior, para tener una muestra significativa que proporcione suficientes elementos de análisis, se determinó observar tanto el porcentaje de ocupación hotelera como la tasa de ocupación de unidades activas de Airbnb de forma mensual, y se determinó así un tamaño muestral de 46 elementos. Con los datos obtenidos se utilizó un modelo de regresión lineal; posteriormente, se desarrolló una prueba de hipótesis de la variable independiente con relación a la variable dependiente y, finalmente, para no dejar duda alguna, se contrastó con los respectivos intervalos de confianza. Los hallazgos permitirán establecer y evidenciar cómo ha sido el comportamiento de las dos variables durante el mismo lapso, cuál ha sido su impacto y en qué medida.

**Palabras clave:** Airbnb, economía colaborativa, estadística descriptiva, impacto, ocupación hotelera, prueba de hipótesis, regresión lineal.

## Abstract

Nowadays, the hotels have been facing a lot of challenges. Some have made them to reinvent, be on the lead, generate new commercials and service strategies. One of these new challenges is the new business model of collaborative economy such as Airbnb. If the enterprises want to stand with

these new models of business and become more competitive in the market, they must require access to data that gives them a better view of the scenario. Only then, they would be able to become more competitive and establish new business strategies. The article talks about these problems of the marketplace and competitions. In this, the author wanted to establish if the occupancy rate of hotels in Bogota, Colombia between 2015 and 2019 have diminished because of the arrival of Airbnb. Therefore, to have a significant sample that have given sufficient analysis elements, it was determined to evaluate the percentage rate of occupancy in hotels and also the occupancy rate per month in active household of Airbnb; determining a sample of 46 elements. With the data obtained, it was applied in a linear regression model, then, the hypothesis developed a test between the independent variable, and it is relation to the dependent variable; and finally, to leave without certainty. It was tested with their respective confidence intervals. The results can help us to know the conduct of two variables in the same period of time, which has been their impact and their measure.

**Keywords:** Airbnb, collaborative economy, descriptive statistics, impact, occupancy rate, hypothesis test, linear regression.

## Introducción

**E**n la actualidad, las plataformas de economía colaborativa se han convertido en uno de los modelos de negocio más amigables y de mayor acceso para transacciones entre proveedores y usuarios, principalmente en el intercambio de servicios, porque ofrecen a los consumidores diversas opciones (Li *et al.*, 2021). De otra parte, en las últimas décadas, el turismo se ha considerado como una de las principales fuentes de progreso económico de los países desarrollados y en vías de desarrollo. Los turistas se benefician con la mejora de los servicios y las facilidades para acceder a ellos, que han sido posibles gracias al avance de la tecnología, y todo esto ha llevado al surgimiento de la economía colaborativa (Tumbali, 2020), que se ha convertido en una gran posibilidad para la comercialización turística.

En términos generales, la industria del alojamiento es considerada como uno de los segmentos más importantes en la cadena de valor del turismo; sin embargo, para Dolnicar (2019), la mayoría de los servicios brindados por las empresas tradicionales como los hoteles son estandarizados y no ofrecen mayores ventajas para el cliente, mientras que las plataformas de redes no comercializan exclusivamente con alojamiento pagado en línea, sino que, además, sirven muchas veces como canales de distribución para empresas y otras actividades asociadas al turismo, así como el fomento de la interactividad y las relaciones humanas que se generan entre anfitrión y huésped (Jung *et al.*, 2016).

Air Bed and Breakfast, también conocida como Airbnb Inc., es una empresa estadounidense de economía colaborativa creada en 2008; una de las más reconocidas a nivel mundial, cuyo negocio se basa en la oferta de alojamientos particulares y turísticos, a través de un contrato de arrendamiento por estancias cortas y largas. Su importancia y éxito ha surgido gracias al crecimiento que ha tenido en los últimos años, ya que, según cifras proveídas por la página oficial a enero de 2020, Airbnb habría recibido 91 millones de visitas, donde uno de los canales de distribución de mayor acogida son los dispositivos móviles que han mostrado una efectividad del 50 % del tráfico. Por otra parte, durante 2018 los ingresos anuales fueron de 3.600 millones de dólares, lo que se traduce en un aumento del 38 % respecto al año anterior (iPropertyManagement, 2020). En la actualidad, ofrece más de siete millones de alojamientos y 50.000 actividades artesanales, todo impulsado por anfitriones locales, lo que podría convertirse en un motor de empoderamiento económico para las comunidades Airbnb.

Según Jet (2018), Airbnb viene revolucionando el mercado de alojamiento, no solo porque sus tarifas son más bajas que las de las habitaciones de los hoteles, sino también a razón de que los huéspedes pueden buscar, encontrar y hacer seguimiento al comportamiento de precios y disponibilidad en diferentes temporadas, convirtiéndose así en una ventaja comparativa frente a la oferta tradicional de alojamiento.

Por otra parte, la industria del alojamiento, en comparación con otras, ofrece las características necesarias para que las redes *peer-to-peer* sean exitosas, siendo así en una amenaza real para el negocio de las empresas tradicionales, en su gran mayoría los hoteles (Roma *et al.*, 2019). Algunos de ellos,

en un principio, no consideraban a Airbnb como una fuerza competitiva, sin embargo, se han encontrado que el suministro de esta tipología de servicio de alojamiento ha afectado negativamente sus ingresos y tasas de ocupación en los últimos diez años (Dogru *et al.*, 2020). Así mismo, ha incidido en los ingresos en ciudades donde es más probable que los hoteles tengan limitaciones de capacidad, máxime cuando hay realización de eventos que atraigan mayor flujo de viajeros (Farronato y Fradkin, 2018). Por su parte, Breyne y Horé (2020) establecen que, si un determinado tipo de habitación fuera considerada como un sustituto, Airbnb podría llegar a ser una innovación disruptiva que lograra atraer a los principales clientes de la industria hotelera, lo que automáticamente la convertiría en una competencia directa para el alojamiento en unidades hoteleras.

A pesar de su creciente popularidad a nivel mundial, el modelo de Airbnb presenta en varios destinos problemas de legalidad a causa de las regulaciones de alquiler a corto plazo, así como las implicaciones fiscales que conlleva el prestar un servicio de alojamiento. No obstante, su notoriedad se ha dado, gracias a que su principal atractivo se ha centrado en la propuesta de valor hacia el cliente, en ahorro de costos, las comodidades del hogar y el vivir experiencias locales más auténticas (Guttentag, 2015). Además, otro elemento que entra a ser parte de este efecto, es la economía colaborativa, la cual viene en crecimiento y se ha convertido en un fenómeno en las sociedades actuales y sus sistemas económicos, lo que genera un debate sobre la equidad empresarial con estas nuevas formas de competencia (Aznar *et al.*, 2017).

Algunos autores (Blal *et al.*, 2018; Guttentag y Smith, 2017; Gutiérrez *et al.*, 2017; Wang y Nicolau, 2017) han abordado investigaciones respecto al impacto directo del servicio de Airbnb en contraste con los hoteles de diferentes destinos turísticos a nivel mundial; muchos de ellos han buscado dar respuesta a si la aparición de este nuevo modelo de negocio en alojamiento influye de manera directa en la operación de los hoteles, el impacto financiero directo, tasas de ocupación, tarifa diaria promedio o ingresos por habitación disponible. Choi *et al.* (2015) hallaron que, en Corea, Airbnb no afecta los ingresos de los hoteles, mientras que en el estudio construido por Benítez-Aurioles (2019) se halló que Airbnb impacta negativamente y de forma directa a los hoteles de Barcelona.

Respecto a la oferta de Airbnb en Bogotá, la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco, 2018) halló que entre mayo de 2015 y octubre de 2017, los ingresos de la plataforma aumentaron en un 396 %, lo que representa un gran reto para la hotelería de la ciudad, debido a que se evidencia un crecimiento permanente de la oferta de Airbnb, y uno de los factores que lleva a este aumento obedece a la personalización del servicio, donde juega un papel importante el trato que se brinda a los huéspedes, la amabilidad y atención del anfitrión, además de la ayuda brindada antes y durante su estadía.

Dado lo anterior, la presente investigación busca establecer y analizar variables asociadas a la posible afectación que se genera en la actividad hotelera, a partir del servicio ofertado por Airbnb. En consecuencia, y avanzando en el razonamiento hecho, se permite plantear las siguientes hipótesis:

$h_a$  = Al aumentar la ocupación hotelera, aumenta la ocupación Airbnb en Bogotá.

$h_b$  = A lo largo de un periodo de observación correspondiente a 46 meses, la ocupación hotelera sigue aumentando.

$h_c$  = Entre el periodo comprendido por mayo de 2015 y febrero de 2019, la tasa de ocupación de Airbnb se ha incrementado.

En particular, el propósito principal de este capítulo de libro consiste en analizar la correlación entre el uso de las unidades activas de Airbnb sobre la participación de ocupación hotelera en Bogotá, durante el periodo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019, concentrándose en determinar si realmente la competencia que se genera a través de la nueva forma de negocio impacta directamente al mercado. Lo anterior permitiría inferir que, al llegar a presentarse una afectación directa en el porcentaje de ocupación de los hoteles, se vería reflejado intrínsecamente en los ingresos y utilidades de las unidades de alojamiento tradicional.

Cabe mencionar que, para llegar a este fin, la investigación se realiza de la siguiente manera: en primer lugar, una búsqueda de información y revisión de datos obtenidos principalmente del Sistema de Información Turística de Bogotá (Sitbog), artículos científicos bajo la misma temática, y literatura

gris con datos relevantes, de manera tal que se pueda contar con suficientes elementos de observación y análisis. Una vez depurados los datos, se utilizan las herramientas estadísticas para validarlos y así obtener los respectivos resultados para su interpretación. Finalmente, se presentan las conclusiones de los hallazgos.

## Marco teórico

Identificar y establecer las principales características en la industria de la hospitalidad es una tarea compleja ya que no existe una definición concisa de lo que constituye un hotel o cómo se configura un servicio de alojamiento, lo que permite entender que no es un sector de características homogéneas, sino que tiene mucha variedad que depende de factores como el tamaño, servicios, tarifas, entre otros (Ramón Rodríguez, 2002). La hospitalidad representa uno de los eslabones más importantes en la cadena de valor de la industria turística; es de las actividades que mayor ingreso genera para el sector, ya que hace parte de los servicios más requeridos por el turista cuando viaja.

Según datos de Hosteltur (Vargas, 2018), existen 184.299 hoteles en el mundo, lo que se traduce en un total de 16.966.280 habitaciones, teniendo un incremento del 17,7 % en el periodo comprendido entre 2008 y 2018. Para el caso de Colombia, de acuerdo con Statista (2019) el número de hoteles y establecimientos de alojamiento presentó un incremento notorio, pasando de 4.826 a 19.901 durante esta misma temporalidad.

### Alojamiento en Bogotá

La actividad turística se ha convertido en prioridad para muchas ciudades, lo que las ha llevado a desarrollar acciones que busquen posicionarlas como destinos turísticos por excelencia en sus países. La Ley 300 de 1996, también llamada Ley General de Turismo, modificada por la Ley 2068 de 2020, ha identificado al turismo como una industria esencial para el desarrollo del país, constituyendo, además, las garantías para que el sector turístico fomente la sostenibilidad e implemente mecanismos para la conservación, aprovechamiento y protección de los destinos, fortaleciendo la competitividad y promoviendo la recuperación del sector. Por lo anterior, se establece



que los prestadores de servicios turísticos deben ser establecimientos debidamente registrados y formalizados, a los cuales se les aplica las respectivas tasas que correspondan frente a su actividad comercial. El sector hotelero en Colombia viene en crecimiento y se dinamiza más por el aumento de inversión extranjera, el crecimiento económico, la disminución considerable de inseguridad y la riqueza cultural y natural, entre otros, que han logrado posicionar al país como un destino turístico muy atractivo, tanto para nacionales como para extranjeros (Barrera Tenorio *et al.*, 2013).

Para Aznar *et al.*, (2017), la industria hotelera viene enfrentando grandes desafíos, consecuencia de una serie de variables y factores como cambios en la economía, el ingreso de nuevos competidores y las diversas formas de alojamiento y, finalmente, la dinámica misma de la industria en sí, en la que hay más oferta de hoteles a precios mucho más bajos, lo que conduce a que este sector tenga que buscar estrategias que le permitan reinventarse constantemente. Por su parte Corrales Alcina (2018) considera que los establecimientos de alojamiento formalizados tienen la obligación de cumplir con cargas tributarias, económicas y burocráticas que a las propiedades que ofrecen el servicio de Airbnb no le eran requeridas, lo que llevaba a que los precios de estas unidades de alojamiento fueran notoriamente inferiores a las tarifas ofrecidas por los hoteles. Sin embargo, la legislación colombiana subsanó esto con la sanción e implementación de normas regulatorias para operación de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos, lo que se traduce en igualdad de condiciones para la competencia leal en la oferta de servicios de alojamiento.

Según datos del Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje, realizado por el Instituto Distrital de Turismo (IDT Bogotá, 2018a), Bogotá está distribuida por tipo de alojamiento así: 73,3 % hoteles, 8,2 % vivienda turística, 6,4 % hostales y, 12,1 % otro tipo. En términos de ubicación, la mayoría de establecimientos están ubicados en las zonas más turísticas de la ciudad como lo son Teusaquillo (32,1 %), Chapinero (23,1 %), La Candelaria (11,8 %), y Usaquén (11,1 %); y sus tarifas se adecúan de acuerdo con la ubicación. Muchos de estos establecimientos cuentan además con otros servicios complementarios al alojamiento, como son salones de conferencias, restaurantes, bares, transporte, zonas húmedas, entre otros, que brindan comodidades y facilidades para sus huéspedes. Otro dato importante es que

la mayor oferta de alojamiento en la ciudad se concentra en establecimientos de pequeña y mediana amplitud, que poseen menos de 50 habitaciones.

Los datos anteriores se traducen en fuertes motivos para que aparezcan nuevos competidores, especialmente en ubicaciones que no sean en zonas principalmente turísticas de la ciudad, factor que se convierte en una oportunidad para alojamientos como Airbnb que ofrece la posibilidad de prestar servicio en cualquier punto de Bogotá.

### **Economía colaborativa**

La economía colaborativa ha surgido como una alternativa viable para satisfacer una variedad de necesidades de los consumidores; a medida que crece, también lo hace la magnitud de sus impactos económicos (Zervas *et al.*, 2017); al igual, se ha venido convirtiendo en una exigencia del día a día y en la facilidad que brinda el mercado para que los usuarios cómodamente, puedan realizar actividades como comprar, manejar asuntos financieros, transportarse, investigar y conectarse con el mundo, al mismo tiempo que permite que los consumidores se sientan más interrelacionados con estos nuevos modelos de negocio y motiven a otros, a participar en ellos (Cabralés Sentená, 2016). Además, la economía colaborativa se convierte en un fenómeno impulsado por los avances tecnológicos, la conectividad y la tendencia social que llevan a las personas a pasar de la necesidad de posesión a la necesidad de acceso (Toni *et al.*, 2018).

La mayoría de las iniciativas de economía colaborativa se basa en plataformas, por lo que su campo de acción puede ampliarse fácilmente en muchas ubicaciones geográficas evitando aspectos de orden legal; operan con activos fijos mínimos y convierten muchos costos fijos tradicionales en costos variables para sus ventajas comerciales (Hossain, 2020).

En términos de alojamiento, Airbnb está interrumpiendo lentamente la industria de la hospitalidad; su efecto se asemeja a la sustitución de servicios, en la cual el impacto de la economía colaborativa no está directamente relacionado con el volumen de las ofertas que brinde la plataforma, sino con el precio y el valor percibido por los huéspedes (Blal *et al.*, 2018). Dado lo anterior, se podría inferir que Airbnb afectaría negativamente el desempeño

del sector de alojamiento traducido en términos de posicionamiento en el mercado; sin embargo, se debe reconocer que Airbnb también está ayudando a aumentar potencialmente el tamaño del mismo, beneficiando la economía y el sector turístico (Dogru *et al.*, 2020).

Para Varma *et al.* (2016), no existe impacto alguno, en el entendido que Airbnb trata con apartamentos y otro tipo de alojamiento que se considera muy diferente a los hoteles, y que quien adquiere este tipo de servicio es aquel turista que buscaba específicamente apartamentos, en lugar de habitaciones de hotel, considerándose un segmento completamente distinto, preferido por los viajeros más jóvenes que buscan aventura y experiencias nuevas.

En síntesis, a pesar de que tenga desventajas, la economía colaborativa viene adquiriendo gran importancia en el mercado global. Su desarrollo es cada vez más visible, y con el tiempo crece la acogida por los consumidores, considerando que uno de los factores que ha provocado y facilitado su expansión, es el avance tecnológico y el uso de dispositivos que en la actualidad es mayor, así como su propuesta de valor para los huéspedes que incluye: identificar y brindar acceso a espacios adecuados, mitigar el riesgo y ofrecer una experiencia de alojamiento de valor agregado (Dolnicar, 2019).

### **Efectos de Airbnb sobre el porcentaje de ocupación hotelero**

Zervas *et al.* (2017) sugieren que hoteles de gama baja y aquellos que no atienden a los viajeros de negocios son más vulnerables a una mayor competencia de Airbnb. Para Varma *et al.* (2016), las grandes cadenas hoteleras no sienten una fuerte intimidación competitiva y realizan simplemente monitoreo al desarrollo de Airbnb; por su parte, los hoteles más pequeños están activamente comprometidos a fin de contrarrestar la posible amenaza de pérdida de negocios, exigiendo condiciones equitativas en temas de seguridad e impuestos, mejora de ofertas en términos de valor general, servicios y personalización.

Dentro de las ventajas que Airbnb ofrece, se encuentran el impacto económico, la difusión del turismo en zonas cercanas y la generación de ingresos adicionales para los residentes que tradicionalmente no están empleados, lo que ha llevado a que algunas ciudades vengan adoptando políticas para

una expansión controlada de alquileres a corto plazo, y otras traten de restringir el fenómeno (Oskam y Boswijk, 2016). Según Dogru *et al.* (2017), hay poca evidencia sobre los impactos económicos que genera Airbnb, lo que significa que la magnitud de estos, no va más allá de la especulación momentánea, sin embargo, si se ve desde otra perspectiva, sus impactos podrían ser mejores si los destinos regulan el mercado de la economía colaborativa. Para Sainaghi y Baggio (2020), la demanda de estos servicios depende más del tipo de destino y la motivación del desplazamiento, si los viajeros son de negocios, ferias comerciales y de placer, los hoteles pueden atraer a todos estos segmentos, mientras que los listados de Airbnb pueden estar más enfocados en clientes de ocio.

Según Salazar Zuleta y Torres Hernández (2018), Bogotá cuenta con unas 12.000 habitaciones formales, no obstante, la presencia de Airbnb ha venido impactado negativamente este sector, debido a que los turistas ven en estas plataformas digitales una oportuna y ágil solución que suple las necesidades de alojamiento de manera práctica, económica y segura en cualquier parte del mundo. De acuerdo con datos del Observatorio de Turismo de Bogotá (2020), del total de turistas internacionales recibidos en la ciudad durante 2019, el 46,9 % se hospedó en hoteles y tan solo el 4,7 % lo hizo en inmuebles de alquiler. Por su parte, el 18,6 % de los turistas nacionales se alojó en hoteles y el 1,2 % utilizó inmuebles de alquiler. Datos que podrían determinar que la presencia de Airbnb en la ciudad no influye de manera directa en la elección del tipo de alojamiento de los turistas y que, en su gran mayoría, el turista continúa eligiendo como primera opción el hospedaje en hoteles, sin embargo, ¿sería posible determinar el efecto que tiene Airbnb sobre los hoteles a partir de una sola variable?

## Metodología

**E**sta sección del texto pretende referir el método de investigación utilizada para este estudio; se especifica que se realizó la combinación de dos métodos fundamentados teóricamente por Bernal (2010). El primero se soporta en lo inductivo, se caracteriza por utilizar el razonamiento y obtener conclusiones; inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales. El segundo establece que al ser una temática que se enmarca en una realidad social, es necesario

conocerla científicamente; para llegar a esto, se requiere utilizar diferentes herramientas metodológicas para el análisis de la información, inclinándose por el método de investigación cualitativa y cuantitativa.

La primera herramienta metodológica utilizada fue un modelo de regresión para la que es importante tener en cuenta el tipo de variable a introducir, categóricas o continuas. En el caso de la regresión lineal, por medio del método de los mínimos cuadrados, “se calcula la suma de las distancias al cuadrado entre los puntos reales y los puntos definidos por la recta estimada a partir de las variables introducidas en el modelo, de forma que la mejor estimación será la que minimice estas distancias” (Peláez, 2016).

Para dar cumplimiento, al acápite anterior y relacionarlo directamente con la temática de investigación, se comenzó haciendo una estructura gráfica del comportamiento individual por cada una de las variables escogidas, es decir, se analizó el comportamiento del porcentaje de ocupación de Airbnb en Bogotá con relación al tiempo transcurrido; enseguida, se realizó la regresión lineal de las variables seleccionadas.

Como segunda herramienta metodológica, se desarrolló la prueba de hipótesis, la cual tiene como objetivo corroborar los resultados arrojados en la regresión lineal, para tal fin, se procedió a plantear las respectivas hipótesis, susceptibles a ser comprobadas. De acuerdo con Gómez-Gómez *et al.* (2013), cuando existen las hipótesis en las pruebas estadísticas, se deben hallar: la hipótesis de nulidad ( $H_0$ ), que plantea la ausencia de diferencias significativas, y la hipótesis alterna ( $H_1$ ), que afirma que hay diferencias en las variables de estudio. Cuando no hay correlación directa o de fácil identificación, hay que comprobar la información a través de un estadístico de prueba que nos permita inferir la información analizada.

Finalmente, y como tercera herramienta metodológica, se utilizó el intervalo de confianza [IC] con el fin de validar los resultados. Domínguez-Lara y Merino-Soto (2015) lo definen como el rango de valores entre los cuales se encontrará el valor poblacional del coeficiente, bajo cierto nivel de confianza, es decir, el objetivo para crear un IC es determinar entre qué valores oscilarán los resultados tanto en el límite superior como en el límite inferior de los objetos analizados, teniendo en cuenta un margen de error.

En conclusión, se puede establecer que la metodología empleada en esta investigación según los referentes conceptuales explícitos por Bernal (2010) y Hurtado de Barrera (2012), se basa en una metodología mixta, para la cual, fue necesario utilizar elementos cualitativos y cuantitativos. Para ser más explícitos, desde el orden cualitativo se realizó una búsqueda de información en artículos científicos y en literatura gris, es decir, información suministrada a partir de informes publicados por entidades públicas y privadas. Desde la óptica cuantitativa, se realizó el análisis de 46 observaciones correspondientes a los porcentajes de ocupación tanto de hoteles como de las unidades alternas de alojamiento Airbnb; ambos elementos de estudio situados en Bogotá, del mismo modo, se limita el análisis a un periodo de tiempo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019.

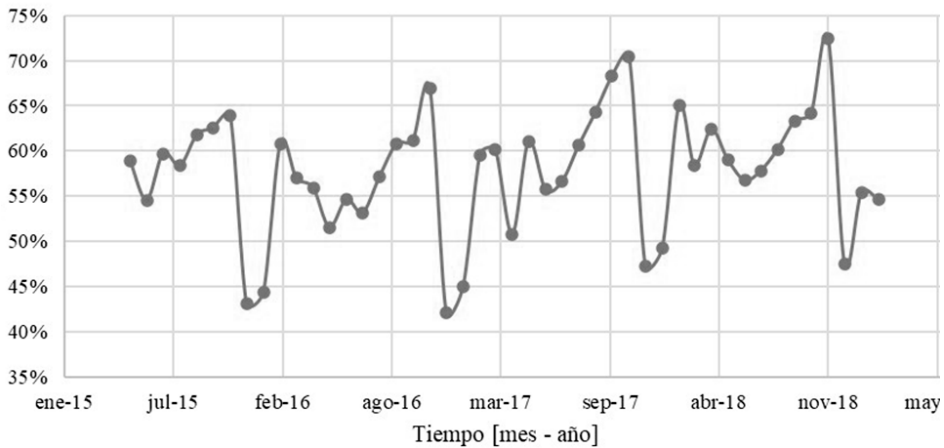
En resumen y englobando la metodología utilizada para abordar la temática estudiada, se resalta la correlación existente entre el porcentaje de ocupación hotelera y su relación con la tasa de ocupación de Airbnb de Bogotá. Luego, se procedió a realizar la prueba de hipótesis y finalmente se relacionó con los intervalos de confianza para llegar a las conclusiones presentadas.

## Resultados

Conforme con la información publicada por el IDT Bogotá (2018), se hace un contraste del comportamiento del porcentaje de ocupación hotelera de Bogotá; en mayo de 2015 equivale a un 58,96 %, mientras que, en febrero de 2019 cuenta con una tasa de ocupación de 54,6 %; mostrando un decrecimiento de 4,36 %, sin embargo, se carece de evidencia de que este comportamiento esté directamente relacionado con el surgimiento de Airbnb.

Otro elemento para visualizar en el periodo de estudio son las tasas mínimas y máximas de la ocupación hotelera, las cuales se dieron respectivamente en diciembre de 2016 y en noviembre de 2018, la anterior información es susceptible de ser corroborada en la figura 5-1, donde, si apelamos a un ejemplo visual que permita analizar la información de forma rápida, se utiliza un diagrama: en el eje X se ubica el periodo de tiempo, y en el eje Y se encuentra el porcentaje establecido para el periodo correspondiente, es decir, cada punto en el esquema tiene su respectivo valor; en otras palabras, con

la información suministrada se plasmó lo numérico en un plano cartesiano; como consecuencia, se obtuvo una imagen con el comportamiento de la ocupación hotelera en el periodo especificado y se determinó de forma visual que no arroja un comportamiento lineal. La anterior información se puede corroborar de forma matemática, con el nivel de asociación ( $r^2$ ), este resultado se interpreta según su cercanía a 1, cuanto más sea su proximidad, se entiende que el comportamiento es lineal; en este caso, el  $r^2$ . Ratificando lo explícito en la imagen.



**Figura 5-1.** Comportamiento histórico del % ocupación hotelera en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019

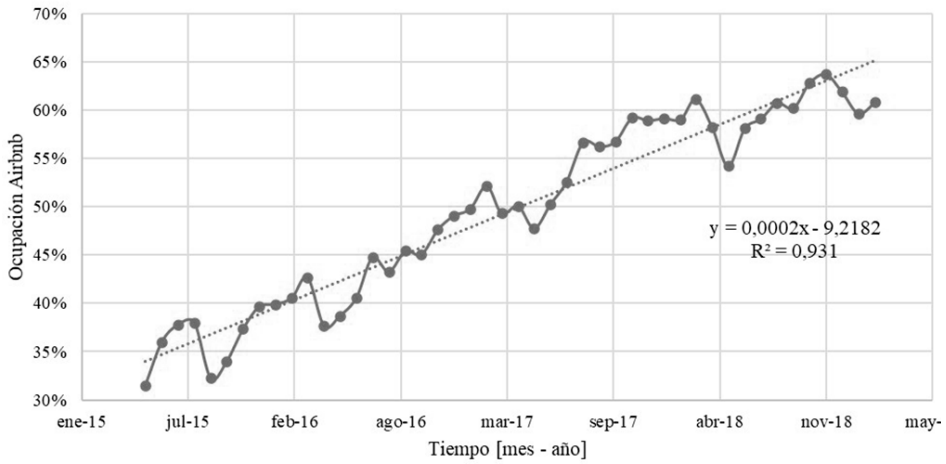
Si apelamos a la estadística descriptiva para explicar de forma ordenada, clara y sencilla (Reendón-Macías *et al.*, 2016) la correlación expuesta, se debe iniciar con el porcentaje de ocupación hotelera de Bogotá en el periodo comprendido entre mayo 2015 y febrero 2019. En la tabla 5-1 se expresan los datos relevantes que permitieron dar desarrollo a la presente investigación.

**Tabla 5-1.** Estadística descriptiva porcentaje de ocupación hotelera en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019

Estadística descriptiva porcentaje de ocupación hotelera en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019	
Media	57,71 %
Error típico	0,010
Mediana	58,70%
Moda	Dato no definido
Desviación estándar	0,0692
Varianza de la muestra	0,0048
Coefficiente de asimetría	-0,4074
Rango	0,3031
Mínimo	42,14 %
Máximo	72,45 %
Cuenta	46

A fin de tener datos de características similares para contrastar, se hace necesario tener la relación correspondiente al porcentaje de ocupación de Airbnb en el mismo periodo de tiempo y escenario, es decir, Bogotá. Se destaca que la información se tomó de la base de datos presentada por el IDT Bogotá (2019), nombrada “Barrios Airbnb Bogotá 2015 - 2019 mensual”, en la cual se encuentran las variables usadas y descritas en el estudio Oferta Airbnb Bogotá 2015 – 2019. Conforme con este estudio se puede analizar que Airbnb inició con una tasa de ocupación del 31,46 %, en contraste con la de febrero de 2019 que correspondió al 60,76 %. Por otra parte, se resalta que la tasa mínima de ocupación de Airbnb se registró en mayo del 2015 y la máxima en noviembre de 2018, suceso semejante al ocurrido con el máximo porcentaje de ocupación hotelera de Bogotá. La anterior información se condensa en la figura 5-2.





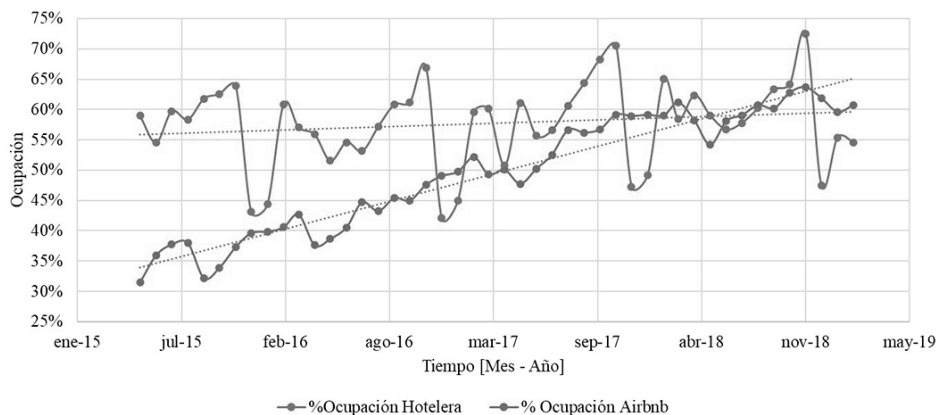
**Figura 5-2.** Comportamiento histórico del porcentaje ocupación Airbnb Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019

En cuanto a la estadística descriptiva del porcentaje de ocupación hotelera para Airbnb, también es trascendental para este documento; esta información se encuentra reflejada en la tabla 5-2.

**Tabla 5-2.** Estadística descriptiva % de ocupación hotelera Airbnb. Mayo 2015 - febrero 2019

Estadística descriptiva % de ocupación Airbnb en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019	
Media	49,54 %
Error típico	0,014
Mediana	49,90 %
Moda	Dato no definido
Desviación estándar	0,0958
Varianza de la muestra	0,0092
Coefficiente de asimetría	-0,2422
Rango	0,3221
Mínimo	31,46%
Máximo	63,68 %
Cuenta	46

Para simplificar la comprensión de los elementos gráficos e informativos expresados anteriormente, se pueden visibilizar de forma conjunta en la figura 5-3, en donde se relacionan ambas situaciones.



**Figura 5-3.** Comportamiento histórico del porcentaje de ocupación hotelero y de Airbnb de la ciudad de Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019

Por lo que se refiere a la regresión lineal, se debe contrastar cómo es el comportamiento de Airbnb con relación al comportamiento de la tasa de ocupación hotelera, de ahí que no solo se graficó este suceso como se evidencia en la figura 5-4, también, se realizó el procedimiento estadístico para corroborar la información, como se puede observar en la tabla 5-3, y de esta forma tener elementos suficientes para realizar el respectivo procedimiento de comprobación de hipótesis.

**Tabla 5-3.** Estadísticos generales regresión lineal porcentaje ocupación hotelera us. tasa ocupación Airbnb

Estadísticos generales regresión lineal porcentaje ocupación hotelera us. tasa ocupación Airbnb	
$N$	46
$\bar{X}$	57,71 %
$\gamma$	49,54 %

Estadísticos generales regresión lineal porcentaje ocupación hotelera vs. tasa ocupación Airbnb	
SXY	0,0509
SXX	0,2157
SY	0,4156
$\beta_1$	0,236
$\beta_0$	0,3592
Recta de ajuste	$Y^{\wedge}=B_0^{\wedge}+B_1^{\wedge}*X$
Recta de ajuste	$Y^{\wedge}= 1 + 0,7*X$
SCE=SSE=	0,4036
S <sup>2</sup>	0,0092
S	0,0958
Coo	1,5655
C11	4,6360
C01	-2,6752
V(B0 <sup>^</sup> )	0,0144
V(B1 <sup>^</sup> )	0,0425
Cou(B0 <sup>^</sup> ,B1 <sup>^</sup> )	-0,0245
r=Coficiente de correlación muestral	17,00 %
r <sup>2</sup> = Coficiente de determinación	2,89 %

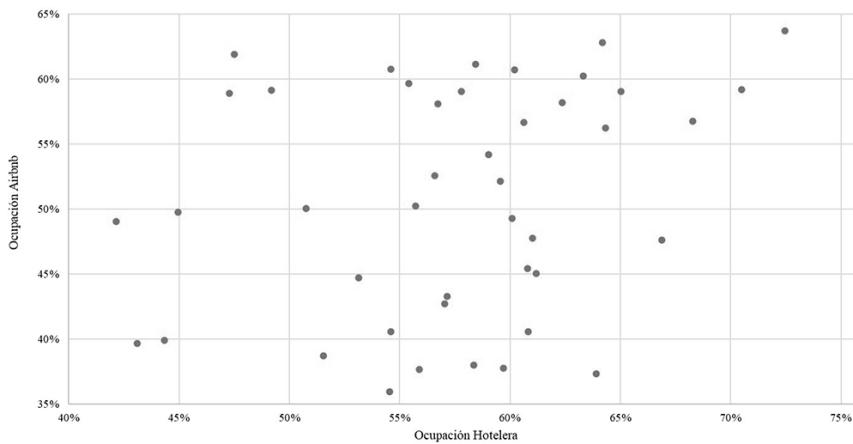


Figura 5-4. Relación de ocupación hotelera vs. tasa ocupación Airbnb en Bogotá. Mayo 2015 - febrero 2019

Se puede visualizar en la figura 5-4, que las observaciones objeto de estudio no muestran un comportamiento lineal. En definitiva, la comprobación de hipótesis cobra trascendencia y de esta forma se puede corroborar que efectivamente no existe relación entre el uso de las unidades activas de Airbnb con el uso de los hoteles formalmente constituidos en Bogotá durante el periodo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019.

Todas estas observaciones mencionadas en el desarrollo de los resultados se relacionan también con la prueba de hipótesis; en este documento se busca analizar si hay suficiente evidencia para determinar la existencia de una relación positiva entre el porcentaje de ocupación hotelera y la tasa de ocupación de Airbnb en Bogotá, durante el periodo comprendido entre mayo de 2015 a febrero de 2019. Dicho de otra manera, se plantean tres hipótesis [ $h_a, h_b, h_c$ ] para analizar la información expuesta, y las hipótesis propuestas, a su vez, se estudian con la hipótesis nula  $h_0$  y la hipótesis alterna  $h_1$ , así:

$h_a$  = Al aumentar la ocupación hotelera, aumenta la ocupación de Airbnb en Bogotá.

$h_0$ :  $\beta_1 = 0$ ; no existe relación.

$h_1$ :  $\beta_1 > 0$ ; hay una relación positiva.

Dicho lo anterior, se procede, en primer lugar, a establecer el siguiente estadístico de prueba  $t = \frac{\beta_1 - k}{s\sqrt{c_{11}}}$ ; también se considera que  $k=0$ . En segunda instancia, se procede a hallar el t-crítico, que ayude a confirmar la hipótesis alterna  $h_1$ . Para esto, se utiliza una distribución *t-student* con  $n-2$  grados de libertad, es decir,  $t_{crítico} = 2,32$ ; gráficamente se representa como se observa en la figura 5-5.

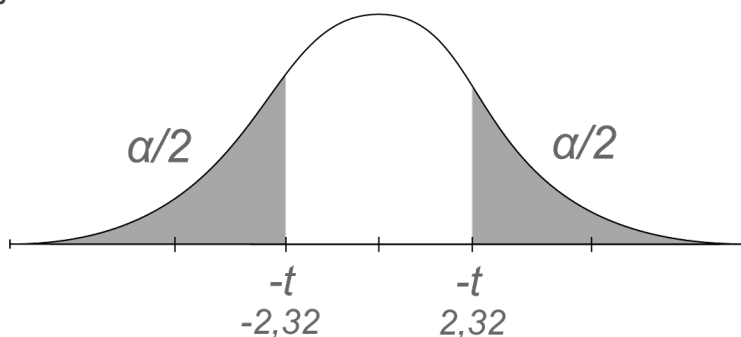


Figura 5-5. Distribución T. Hipótesis A.

Una vez desarrollada la ecuación del estadístico de prueba, arroja un resultado  $t=1,14$ ; se procede a visibilizarlo de forma gráfica en la distribución T y se observa que 1,14 se posiciona dentro de la región de no rechazo. Así que, se acepta la hipótesis nula  $h_0 : \beta_1 = 0$ , es decir, que no existe una relación positiva.

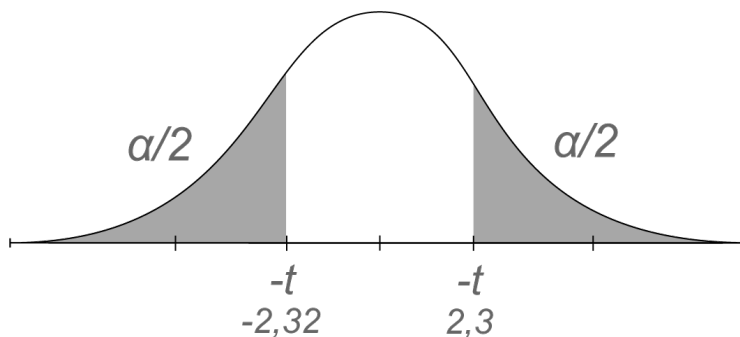
En definitiva, se puede asegurar, con un nivel de confianza del 95 %, que al incrementarse el porcentaje de ocupación de Airbnb, también existe un aumento de la tasa de ocupación hotelera de Bogotá.

Para continuar con las hipótesis planteadas, se procedió a realizar la validación de la

$h_b = A$  lo largo de un periodo de observación correspondiente a 46 meses, la ocupación hotelera

ha aumentado; para dar respuesta a la hipótesis planteada se utiliza el estadístico de prueba mencionado anteriormente y nos arroja un  $t=1,09$  se ubica en la figura 5-6.

$h_0 : \beta_1 = 0$ ; no existe relación.



$h_1 : \beta_1 = >0$ ; hay una relación positiva.

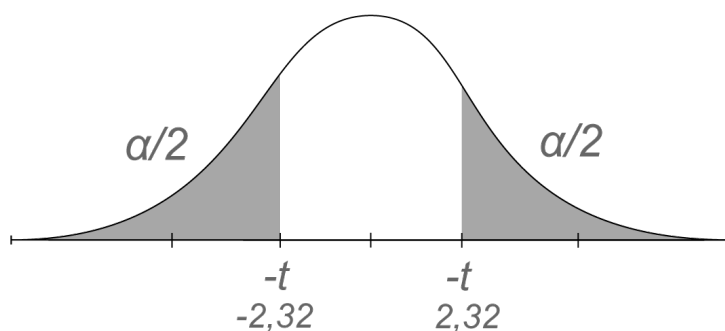
**Figura 5-6.** Distribución T. Hipótesis B.

Por consiguiente, se acepta la hipótesis nula  $h_0: \beta_1 = 0$ ; razón por lo cual, se infiere, con un nivel de confianza del 95 %, que en el periodo de tiempo estudiado no se evidencia crecimiento en el porcentaje de ocupación hotelera de Bogotá.

Finalmente, se hará la prueba de hipótesis C.

$h_c$  = Durante el periodo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019 la tasa de ocupación de Airbnb se ha incrementado. Se debe agregar que, para realizar la prueba respectiva, se planteó la relación de las variables con hipótesis nula [ $h_0$ ] e hipótesis alterna [ $h_1$ ], así:

$h_0: \beta_1 = 0$ ; no existe relación e hipótesis alterna.



$h_1: \beta_1 > 0$ ; hay una relación positiva.

Se desarrolla el estadístico de prueba pertinente arrojando un resultado  $t=24,36$ , se procede a ubicarlo en la figura 5-7

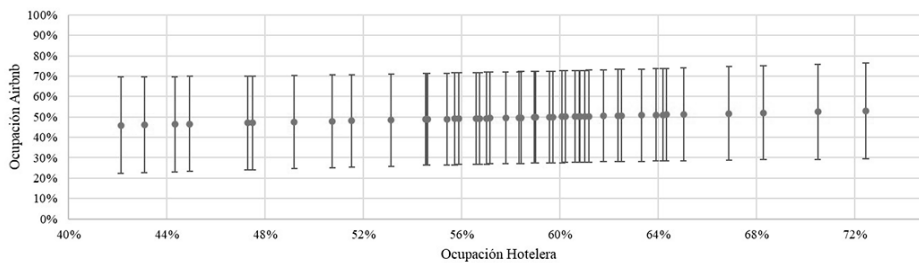
**Figura 5-7.** Distribución T. Hipótesis C

De aquí, se da con absoluta certeza y con suficiente evidencia que hay una relación positiva, como se plantea en la hipótesis alterna [ $h_1$ ], y se concluye que en el porcentaje de ocupación de las unidades activas de Airbnb

en Bogotá durante 46 meses (mayo/2015 – febrero 2019) hubo un fuerte crecimiento de esta nueva oferta de alojamiento.

Avanzando en el razonamiento estadístico, se procede a realizar la verificación de los intervalos de confianza. Utilizando la siguiente ecuación

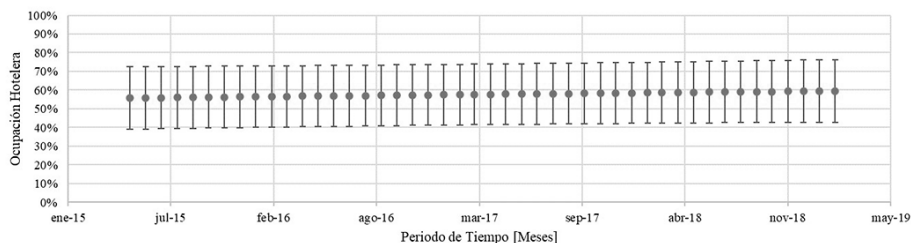
$\beta_1 X + \beta_0 - \varepsilon > E_Y < \beta_1 X + \beta_0 + \varepsilon$ , se busca establecer el rango de amplitud tanto máximo como mínimo, en los cuales se permite el análisis de información incluido el límite de error, para llegar a este como se observa en la figura 5-8.



**Figura 5-8.** Intervalo de confianza incremento % ocupación hotelera con relación % de ocupación de Airbnb. Mayo 2015 a febrero 2019

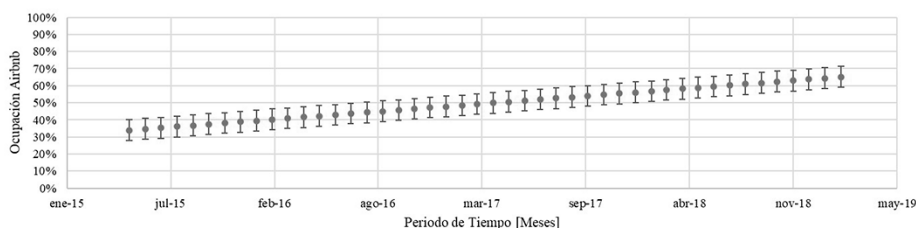
En contraste con la figura 5-8, se puede determinar que existe una amplitud promedio en el límite superior del 72,26 % y en el límite inferior del 26,84 %, con un margen de error medio de 22,7 %. Por consiguiente, se puede expresar que el intervalo de confianza es muy amplio para ser significativo y determinar si existe alguna relación entre el incremento de la tasa de Airbnb y el incremento de ocupación hotelera, esto confirma lo establecido en la prueba de hipótesis  $h_a$ .

De igual manera, se puede visibilizar el intervalo de confianza tanto de los hoteles como de Airbnb, como se muestra en las figuras 5-9 y 5-10, respectivamente.



**Figura 5-9.** Intervalo de confianza para el valor esperado del incremento del % ocupación hotelera en Bogotá. Mayo de 2015 a febrero 2019

Como se visualiza en la figura 5-9, el resultado esperado de  $Y [E_Y]$  tiene un rango de amplitud promedio en el límite superior de 74,08 % y en límite inferior de 41,33 %, así como un error de 16,37 %, En consecuencia, se puede afirmar que el rango de amplitud no nos da información consistente para determinar el incremento o disminución en el porcentaje de ocupación hotelera de Bogotá, lo que confirma lo establecido en la prueba de hipótesis  $h_b$ .



**Figura 5-10.** Intervalos de confianza para el valor esperado del incremento del % ocupación de Airbnb con relación al tiempo mayo de 2015 a febrero 2019

Como resultado de la figura 5-10, se puede verificar que el resultado esperado de  $Y [E_Y]$  tiene un rango de amplitud promedio en el límite superior de 55,6 % y en límite inferior de 43,49 %, además, de un error de 6,05 %. Por consiguiente, se puede determinar que así exista una fluctuación en los datos originales, el comportamiento del porcentaje de ocupación de Airbnb mantiene un crecimiento lineal.



A pesar de que ya se hicieron las comprobaciones estadísticas correspondientes, los autores de este documento plantean una última validación a través de un programa de *software* estadístico denominado Stata, utilizando la regresión de logaritmos tanto de la ocupación hotelera como en la ocupación de Airbnb, lo anterior se puede observar en la figura 5-11.

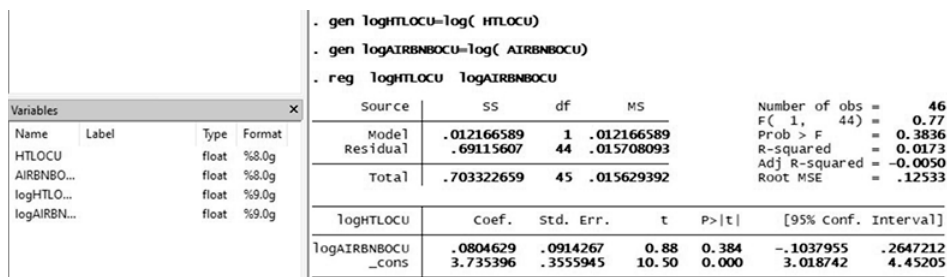


Figura 5-11. Regresión en Stata a través de prueba de logaritmos ocupación hotelera vs. ocupación Airbnb. Mayo 2015 - febrero 2019

## Discusión de resultados

De acuerdo con lo desarrollado en el transcurso del presente artículo, los autores se permiten colocar en discusión que en la ciudad de Bogotá la tasa de ocupación hotelera durante el periodo comprendido entre mayo de 2015 y febrero de 2019, no se vio afectada directamente por el incremento del uso de Airbnb, a pesar que en el mercado se ha observado un incremento notorio en este nuevo modelo de negocio, situación que también ha sido observada en otros espacios geográficos como es el caso de Corea, analizado por Choi et al. (2015), y de los estados de Chicago y San Francisco en Estados Unidos (Goree, 2016).

La tasa de ocupación hotelera de Bogotá no ha mostrado un notorio crecimiento en el periodo de tiempo observado, no obstante, no se puede aseverar que el sector hotelero de la ciudad no haya crecido en los últimos años; esta situación podría deberse a un aumento en el número de habitaciones y establecimientos que se hayan desarrollado en la ciudad durante el mismo periodo, por tanto, para futuros estudios, habría que incluir otras variables

como número de habitaciones disponibles en periodos de tiempo similares al utilizado en este estudio, a fin de poder tener nuevos datos que lleven a confirmar tal situación.

Por otra parte, teniendo de referente la fluctuación de ingreso de turistas nacionales e internacionales que llegan a Bogotá, según las cifras suministradas por el IDT Bogotá (2018b), se puede inferir que, dado el incremento del número de turistas, algunos emprendedores han visto en Airbnb una oportunidad para la incursión de este nuevo modelo de negocio a la ciudad y un nuevo ingreso para su economía, al mismo tiempo que buscan beneficiar a los turistas y visitantes, como lo expresan Ğinindza y Tichaawa (2019), partiendo de la premisa de que el perfil del consumidor de Airbnb es diferente al perfil de quien consume los servicios de alojamiento en los hoteles; en contraste con lo anterior, se puede confirmar que estos productos pueden verse como no competidores porque responden a distintos estímulos, dinámicas y necesidades de quienes buscan este tipo de alojamiento. Inclusive, autores como Dogru *et al.* (2017) consideran que esta nueva modalidad de oferta turística podría atraer turistas adicionales y generar nuevas derramas económicas en los destinos.

Finalmente, y con el objetivo de tener un referente latinoamericano, los autores del presente documento analizan el caso de la ciudad de Quito (Ecuador), donde, se ha identificado que, si bien Airbnb no afecta directamente la industria hotelera local, se considera que este tipo de alojamiento viene ganando un posicionamiento significativo en el mercado y se encuentra dentro de las preferencias de los actuales viajeros (Ramia *et al.*, 2019), quienes buscan vivir nuevas experiencias y tener un mayor acercamiento a la cultura local.

## Conclusiones

**E**ste estudio ha permitido destacar la importancia y la naturaleza disruptiva del servicio prestado por Airbnb, empresa que como modelo de negocio está impulsada por el deseo de creación de valor para los clientes, a la vez que permite resolver una necesidad para aquellas personas que llegan a un destino buscando un lugar de alojamiento propio y auténtico.

Así mismo se ha podido determinar, que una vez aplicadas diversas pruebas estadísticas, se confirma que en Bogotá durante mayo de 2015 y febrero de 2019, no hay relación directa entre el porcentaje de ocupación de Airbnb y la tasa de ocupación hotelera, por tanto, se infiere que el mercado al cual está dirigido cada modelo de negocio, responde a estímulos diferentes y que los servicios que encuentran en estos establecimientos de alojamiento y guarda características propias que no interfieren en la decisión al momento de elegir su tipo de estadía.

Es posible que, en el periodo de tiempo estudiado, los hoteles hayan tenido un crecimiento en términos de ingreso o de habitaciones disponibles, pero no en el crecimiento porcentual correspondiente a la tasa de ocupación. Si se mantienen las condiciones en las cuales se ha movido el crecimiento del porcentaje de ocupación de Airbnb durante los 46 meses del estudio, este modelo de negocio continuará con un crecimiento lineal. Es de aclarar que, este comportamiento se visualizaba en un escenario de normalidad, sin embargo, no se puede desconocer que, todos los diversos sectores económicos tanto nacionales como internacionales han sido impactados directamente por el surgimiento del virus SARS 2 – COVID-19, con comportamientos atípicos que han obligado a los gobiernos, industrias y consumidores implementar acciones que permitan mitigar dichos efectos.

Por otro lado, estos resultados que surgieron tras el estudio y revisión de diversas fuentes de datos sirven como demostración ante otros artículos que afirman que el modelo que desarrolla Airbnb está llevando a los hoteles a perder posicionamiento en el mercado y finalmente a la quiebra. Así mismo, permite evidenciar que, si continúan las tendencias actuales, los trabajadores de la industria hotelera no necesitan preocuparse por quedar sin empleo, como resultado del surgimiento de Airbnb, pues se ha demostrado que la ocupación hotelera no ha variado a lo largo de los años, ni que se esté perjudicando el desempeño financiero de las empresas hoteleras, las cuales podrían continuar teniendo unos ingresos constantes.

Sin embargo, dada la importancia y aceptación que viene teniendo Airbnb en los turistas que llegan a la ciudad, y de comenzar a facilitar servicios complementarios a la estadía, como realización de conferencias, alquileres de espacios, entre otros, podría llegarse a pensar que este modelo de negocio tendría un mayor impacto negativo en las tasas de ocupación hotelera.

Por otra parte, este estudio identificó y validó que se hace necesario tener datos estadísticos e investigaciones a profundidad, que logren determinar mayores variables para fortalecer el análisis de la información, y en este caso específico, se permitió contrastar cuantitativamente que las posturas teóricas de aquellos autores que afirman que Airbnb no es una amenaza para las unidades tradicionales de alojamiento son ciertas y susceptibles a comprobación en Bogotá o en cualquier otra ciudad del mundo que presente características similares, en torno a la economía colaborativa.

Finalmente, es importante anotar que este estudio cuenta con importantes limitaciones, y que con el fin de conocer todos los impactos posibles que puede generar el ingreso de Airbnb sobre el sector de alojamiento tradicional de Bogotá, se hace necesario realizar otros estudios donde se pueda validar el crecimiento económico, social, tecnológico y ambiental de este nuevo modelo de negocio, enmarcado en la sostenibilidad.

## Referencias

- Airbnb Newsroom. (15 de mayo de 2020). *About us: Airbnb Newsroom*. <https://news.airbnb.com/about-us/>
- Aznar, J. P., Sayeras, J. M., Rocafort, A. & Galiana, J. (2017). The irruption of Airbnb and its effects on hotel profitability: An analysis of Barcelona's hotel. *Intangible Capital*, 13(1), 147-159. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.921>
- Barrera Tenorio, J. P., Leyva Solanilla, J., Maldonado Villamil, D. A. y Primero Cavides, A. M. (2013). *Análisis sectorial: Sector hotelero en Colombia*. (Tesis de Grado, Universidad ICESI). [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/76530/1/analisis\\_sectorial\\_hotelero.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76530/1/analisis_sectorial_hotelero.pdf)
- Benítez-Auriolles, B. (2019). Is Airbnb bad for hotels? *Current Issues in Tourism*, 1-4. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646226>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3ª. ed.). Pearson Educación.
- Blal, I., Singal, M. & Templin, J. (2018). Airbnb's effect on hotel sales growth. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 85-92. 10.1016/j.ijhm.2018.02.006
- Breyne, L. & Horé, L. (2020). Airbnb impact on the hotel market in Brussels. (Tesis de maestría, Louvain School of Management). <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:24626>
- Cabrales Sentená, A. M. (2016). *Efecto de la entrada de Airbnb sobre la Industria Hotelera en Colombia*. (Tesis de grado, Universidad de los Andes). <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/15223/u728533.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Choi, K.-H., Jung, J., Ryu, S., Do Kim, S. & Yoon, S.-M. (2015). The relationship between Airbnb and the hotel revenue: In the case of Korea. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(26), 1-8. 10.17485/ijst/2015/v8i26/81013
- Corrales Alcina, M. P. (2018). *¿Hay cama para tanta gente?: un análisis sobre la regulación de Airbnb en Colombia*. (Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana,) <http://hdl.handle.net/10554/36479>
- Cotelco. Capítulo Bogotá - Cundinamarca. (2018). *Estudio de Airbnb caso Bogotá: realidades, desafíos y oportunidades para el sector hotelero*. Innovar Soluciones Gráficas Ltda.

- Dogru, T., Hanks, L., Mody, M., Suess, C. & Sirakaya-Turk, E. (2020). The effects of Airbnb on hotel performance: Evidence from cities beyond the United States. *Tourism Management*, 79, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104090>
- Dogru, T., Mody, M. & Suess, C. (7 de junio de 2017). Comparing apples and oranges? Examining the impact of Airbnb on hotel performance in Boston. *Boston Hospitality Review*. <https://www.bu.edu/bhr/2017/06/07/airbnb-in-boston/>
- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., McGinley, S. & Line, N. D. (2020). The Airbnb paradox: Positive employment effects in the hospitality industry. *Tourism Management*, 77, 104001.
- Dolnicar, S. (2019). A review of research into paid on line peer-to-peer accommodation: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 75, 248-264. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.003>
- Domínguez-Lara, S. A., y Merino-Soto, C. (2015). ¿Por qué es importante reportar los intervalos de confianza del coeficiente alfa de Cronbach? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1326-1328.
- Farronato, C. & Fradkin, A. (2018). The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of airbnb. *National Bureau of Economic Research*. Documento 24361. RePEc:nbr:nberwo:24361
- Ginindza, S. & Tichaawa, T. (2019). The impact of sharing accommodation on the hotel occupancy rate in the kingdom of Swaziland. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1975-1991. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1408061>
- Gómez-Gómez, M., Danglot-Banck, C. y Vega-Franco, L. (2013). Cómo seleccionar una prueba estadística. *Revista Mexicana de Pediatría*, 80(1), 30-34.
- Goree, K. (2016). *“Battle of the beds: The economic impact of Airbnb on the hotel industry in Chicago and San Francisco.* (Tesis de grado, Scripps College). [https://scholarship.claremont.edu/scripps\\_theses/776/](https://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/776/)
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G. & Salas-Olmedo, M. H. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>

- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12):1-26. 10.1080/13683500.2013.827159
- Guttentag, D. A. & Smith, S. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10. 10.1016/j.ijhm.2017.02.003
- Hossain, M. (2020). Sharing economy: A comprehensive literature review. *International Journal of Hospitality Management*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3536188>
- Hurtado de Barrera, J. (2012). *El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación*. (7.a ed.). Quirón Ediciones.
- Instituto Distrital de Turismo. (2018a). *Estudio: censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje del 2018*. <https://www.idt.gov.co/sites/default/files/CENSO%20ESTABLECIMIENTOS%20DE%20ALOJAMIENTO%20Y%20HOSPEDAJE%202018.pdf>
- Instituto Distrital de Turismo. (2018b). *Cifras Turismo Bogotá*. <https://datosabiertos.bogota.gov.co/dataset/establecimiento-de-alojamiento-y-hospedaje-bogota-2020#>
- Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (2019). Estudio oferta Airbnb Bogotá 2015-2019. <https://www.idt.gov.co/sites/default/files/pdfs%20observatorio/Estudio-Oferta-Airbnb-Bogot%C3%A1-2015-2019-19122019.pdf>
- iProperty Management (15 de Mayo de 2020). *Airbnb Statistics*. <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics>
- Jet, J. (5 de marzo de 2018). What's New with Airbnb in 2018? *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/johnnyjet/2018/03/05/whats-new-with-airbnb-in-2018/?sh=3784e5f544b8>
- Jung, J., Yoon, S., Kim, S., Park, S., Lee, K.-P., & Lee, U. (2016). Social or financial goals? comparative analysis of user behaviors in Couchsurfing and Airbnb. En: *Proceedings of the 2016 CHI conference extended abstracts on human factors in computing systems*, (pp. 2857-2863). Association for Computing Machinery.
- Li, J., Hudson, S. & Fung So, K. K. (2021). Hedonic consumption pathway vs. acquisition-transaction utility pathway: An empirical comparison of Airbnb and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102844>

- Ley 300 de 1996. Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009. Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- Observatorio de Turismo de Bogotá. (2020). *Investigación Viajeros en Bogotá 2019*. Instituto Distrital de Turismo, Bogotá.
- Oskam, J. y Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>
- Peláez, I. M. (2016). Modelos de regresión: lineal simple y regresión logística. *Métodos estadísticos para enfermería nefrológica* (pp. 195-214). Seden.
- Ramía, D. Ayala Vega, D. e Higuera Becerra, M. C. (2019). *Análisis de las métricas de desempeño de Airbnb en la ciudad de Quito frente a los hoteles de categoría superior y lujo*. (Tesis de Grado, Universidad San Francisco de Quito). <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8233>
- Ramón Rodríguez, A. (2002). Estrategias de desarrollo en la industria hotelera mundial. *Momento Económico*, 119, 35-54.
- Rendón-Macías, M. E., Villasís-Keeve, M. A. y Miranda-Novales, M. G. (2016). Estadística Descriptiva. *Alergia - México*, 63(4), 397-407.
- Roma, P., Panniello, U. & Lo Nigro, G. (2019). Sharing economy and incumbents' pricing strategy: The impact of Airbnb on the hospitality industry. *International Journal of Production Economics*, 214(2), 17-29. [10.1016/j.ijpe.2019.03.023](https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.023)
- Sainaghi, R. & Baggio, R. (2020). Substitution threat between Airbnb and hotels: Myth or reality? *Annals of Tourism Research*, 83, 102959. [10.1016/j.annals.2020.102959](https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102959)
- Salazar Zuleta, V. y Torres Hernández, W. (2018). *Desarrollo del turismo informal –Airbnb– en la localidad La Candelaria de la ciudad de Bogotá*. (Tesis de especialización, Universidad La Gran Colombia).
- Statista. (2019). *Número de hoteles y establecimientos similares en Colombia de 2005 a 2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/1018140/evolucion-anual-del-numero-de-hoteles-y-establecimientos-similares-en-colombia/>
- Toni, M., Renzi, M. F. & Mattia, G. (2018). Understanding the link between collaborative economy and sustainable behaviour: An empirical investigation. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4467-4477.



- Tumbali, M. V. (2020). Impact of AirBnB on Philippine accommodation sector: A quantitative approach. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 5(21), 74-88.
- Vargas, A. (3 de abril de 2018). La planta hotelera mundial ha crecido un 18 % en 10 años. *Hosteltur*. [https://www.hosteltur.com/127394\\_planta-hoteleria-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html](https://www.hosteltur.com/127394_planta-hoteleria-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html)
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C. J. & Nestorou, S. (2016). Airbnb: Exciting innovation or passing fad? *Tourism Management Perspectives*, 20, 228-237.
- Wang, D. & Nicolau, J. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131. 10.1016/j.ijhm.2016.12.007
- Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of marketing research*, 54(5), 687-705. 10.1509/jmr.15.0204

Esta publicación recopila cinco capítulos de investigación, alrededor de los cambios a los que se enfrenta el turismo y la forma en que la pandemia del COVID-19 ha impactado en la transformación del sector. Para ello, esta obra aborda el turismo desde una perspectiva del territorio; allí se presenta una propuesta teórica, un estudio de caso del turismo rural en Bogotá y un análisis de la mercantilización de la memoria en Armero Tolima. Del mismo modo, se plantea un estudio de las economías colaborativas en alojamiento y un estudio gastronómico. Esto permite reconocer las tendencias del turismo desde diferentes perspectivas.



Vigilada Mineducación

ISBN: 978-958-763-518-8

