

TEJIENDO TRADICIONES Y TURISMO: UN ANÁLISIS DE LA DINÁMICA DEL
MERCADO ARTESANAL EN GUATAVITA, CUNDINAMARCA

LAURA ACEROS ESCOBAR

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTA D.C

Tejiendo Tradiciones y Turismo: Un Análisis de la Dinámica del Mercado Artesanal en
Guatavita, Cundinamarca

Laura Aceros Escobar

Trabajo de grado para optar por título de:

Profesional en turismo

Modalidad:

Investigación

Tutora de trabajo de grado:

Judy Carolina Alfonso Rojas

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de ciencias sociales

Programa de turismo

Bogotá D.C

Agradecimientos

Le agradezco a Dios permitirme llegar hasta aquí en compañía de mis seres queridos de manera física y espiritual. Gracias a todas las personas que han estado en este largo proceso y que sembraron una semilla de aliento y apoyo para completar este proceso y cumplir esta meta.

A mi abuela una enorme gratitud por no dejarme caer, su amor y sacrificio han sido la base de mi educación y mi desarrollo como persona, cada paso de mi vida es un testimonio de su esfuerzo y dedicación y siempre sentiré un amor profundo hacia ella. ¡Te amo mamá!

A mi estimada tutora de grado, quiero expresar mi gratitud por su orientación experta y paciencia, sus valiosas sugerencias y consejos han sido fundamentales para dar forma y mejorar este trabajo, su compromiso con mi crecimiento académico ha sido ejemplar.

Por último, le agradezco a Duvan su paciencia y amor conmigo, gracias a él nunca me rendí durante este proceso, su apoyo y comprensión fueron calma en días de tormenta.

Dedicatoria

En primera instancia le dedico este trabajo a Dios por permitirme culminar esta etapa tan gratificante en mi vida, a él, le agradezco la fortaleza durante este proceso de formación. También le dedico este logro a mi ángel, Carlos Aceros y a mi abuela Adela Escobar ya que sin ellos esto nunca habría sido posible. Hicieron el papel de padres conmigo y eso se los agradeceré eternamente. A mi abuela le agradezco su compañía, amor y apoyo a lo largo de mi vida, sin ella no sería la persona que soy hoy en día.

Este trabajo es el resultado de años de esfuerzo y valentía para avanzar en mi camino rodeada de mi familia que con amor nunca me dejaron caer. Mi motivación siempre serán ellos.
¡Gracias por ser mi familia y por creer en mí!

Tabla de contenido

Agradecimientos	2
Dedicatoria	3
Resumen.....	7
Abstract	7
Introducción	8
1.Problema de Investigación.....	9
1.1 Planteamiento del problema.....	9
2. Objetivos	10
2.1 Objetivo General.....	10
2.2 Objetivos Específicos.....	10
3. justificación.....	11
4. Antecedentes y Referentes Conceptuales	12
4.1 Estado del arte.....	12
4.2 Referentes Conceptuales	16
Turismo Cultural.....	16
Turismo Artesanal.....	17
Patrimonio Cultural Inmaterial	18
Artesanía	18
Artesano	19
Oficios Artesanales	19
Clúster Turístico.....	20
5. Metodología	21
5.1 Tipo de Investigación.....	22
5.2 Diseño de Investigación.....	22
5.3 Población y muestra.....	22

5.4 Técnica e instrumentos de Recolección de datos.....	23
5.5 Limitaciones.....	24
6. Análisis e Interpretación de resultados	24
Contextualización	24
Objetivo 1: Oficios artesanales y las necesidades de los artesanos	26
Objetivo 2: Percepción de los artesanos	36
Objetivo 3: Estrategia integral - Modelo de clúster artesanal.....	43
Hilos de Tradición: Turismo Tejido en Comunidades Artesanales	47
Estrategias para el modelo clúster artesanal	44
Condiciones para la formación del Clúster Artesanal.....	46
Modelo de clúster artesanal	47
Objetivo del Clúster	47
Objetivo General:.....	47
Objetivos específicos:	48
Pasos para la conformación del Clúster Artesanal.....	48
2.1 Integración del grupo:	48
2.2 Realizar reuniones de formación clúster artesanal.....	48
2.3 Inscripción de los artesanos que harán parte del clúster artesanal	49
2.3.1 Identificación de los artesanos participantes.....	50
3.0 Posibles alcances.....	51
3.1 Formación de la estructura organizativa del clúster	52
3.2 Planificación de labores dentro del clúster	53
3.3 Plan de acción	53
3.4 Posible Presupuesto	53
4. Mapa de proceso	54
Conclusiones	54
Recomendaciones	56

Bibliografía	57
Anexos	61
Anexo 1	61
Anexo 2	62
Anexo 3	66
Anexo 4.	68

Índice de Figuras

Figura 1	36
Figura 2	37
Figura 3	37
Figura 4	38
Figura 5	38
Figura 6	39
Figura 7	40
Figura 8	40
Figura 9	41
Figura 10	41
Figura 11	42
Figura 12	43
Figura 13	43
Figura 14	50
Figura 15	52
Figura 16	53

Resumen

Este trabajo busca comprender la dinámica del mercado artesanal en Guatavita, Cundinamarca, con el propósito de proponer una estrategia para impulsar el desarrollo turístico en el corredor artesanal. Esto por medio de identificar los oficios artesanales y las necesidades de los artesanos, analizar la percepción de los artesanos locales sobre el mercado de los productos artesanales y por último la creación de la estrategia que contenga redes de colaboración entre actores locales.

Se empleó una metodología cualitativa de corte exploratorio, utilizando entrevistas semiestructuradas, encuestas y grupos focales como instrumentos de recolección de datos. Los resultados obtenidos permiten evidenciar que la estrategia es la formación de un clúster artesanal y se plantea un modelo con las características para el municipio.

Palabras clave: Clúster artesanal, corredor artesanal, turismo, estrategia, redes de colaboración.

Abstract

This work seeks to understand the dynamics of the artisan market in Guatavita, Cundinamarca, with the purpose of proposing a strategy to promote tourism development in the artisan corridor. This is done by identifying the craft trades and the needs of the artisans, analyzing the perception of local artisans about the market for craft products and finally creating the strategy that contains collaboration networks between local actors.

An exploratory qualitative methodology was used, using semi-structured interviews, surveys and focus groups as data collection instruments. The results obtained show that the strategy is the formation of an artisanal cluster and a model with the characteristics for the municipality is proposed.

Keywords: Craft cluster, craft corridor, tourism, strategy, collaboration networks.

Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad comprender la dinámica del mercado artesanal en Guatavita Cundinamarca con el fin de proponer una estrategia que impulse el desarrollo turístico en el corredor artesanal. El trabajo es pertinente ya que en la actualidad las artesanías no están recibiendo el valor cultural adecuado y están enfrentan desafíos en la comercialización y competitividad frente a productos masificados subraya la necesidad de intervención. También porque en el plan de desarrollo de Guatavita 2022-2032 se encuentra una propuesta para la creación de un clúster integral (hospedaje, restaurantes, prestadores de servicio turísticos, artesanos) y se creyó conveniente hacer un modelo de clúster artesanal para articularlo al clúster integral.

La metodología empleada para la elaboración de este trabajo es de tipo Cualitativa de corte exploratorio en donde los instrumentos de recolección de la información fueron la entrevista semiestructurada, la encuesta y los grupos focales.

En el documento, se evidenciará el desarrollo de la investigación en cuatro fases, la primera parte trata del problema de investigación, en la que se presenta el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación. El capítulo dos incluye antecedentes y referencias conceptuales. La tercera parte muestra el método utilizado en el estudio para alcanzar los objetivos planteados en el estudio. Para finalizar, la cuarta etapa se enfoca en los resultados obtenidos dando cumplimiento a cada uno de los objetivos y estableciendo el modelo de clúster.

1. Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

Guatavita, es uno de los 116 municipios de Cundinamarca el cual ha sido históricamente reconocido por su patrimonio cultural y natural, en especial, por la Laguna de Guatavita, según, Guevara (2021) “gracias a su importancia histórica y estructura colonial, también es muy visitado por los nacionales y extranjeros”. Su riqueza cultural, arquitectónica y natural la han convertido en un destino turístico con tradiciones que reflejan la identidad que tiene hoy un sentido más amplio”.

Por lo tanto, “el turismo se ha convertido en una importante actividad económica que promueve el desarrollo y bienestar de una comunidad unida, que busca en su forma de vida amable, solidaria y orgullosa, promover grandes artistas. La música, la danza y las artesanías hacen que Guatavita sea un centro cultural relevante en la región” (Andrade, s. f.). Actualmente, el municipio enfrenta desafíos que limitan su capacidad para aprovechar las oportunidades económicas derivadas del turismo y la demanda de artesanías locales.

El turismo en Guatavita, no se ha desarrollado de manera coordinada con el sector artesanal local, ya que las artesanías no están adecuadamente promocionadas ni integradas en la experiencia turística, lo que resulta en una pérdida de oportunidades económicas para los artesanos. Además, la falta de una estrategia articulada y un espacio de colaboración entre los artesanos limita su capacidad para mejorar la calidad de sus productos, diversificar su oferta y alcanzar nuevos mercados.

Dicho lo anterior, se considera proponer estrategias para el Corredor de los Artesanos de Guatavita, Cundinamarca. A través de un modelo de clúster artesanal el cual permitirá orientar el sector de las artesanías, como un medio para mejorar la competitividad.

Ante esta situación, surge la pregunta problema: ¿Cómo la comprensión de la dinámica del mercado artesanal puede influir en el diseño de una estrategia para promover el desarrollo turístico en el corredor artesanal de Guatavita?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Comprender la dinámica del mercado artesanal en Guatavita Cundinamarca con el fin de proponer una estrategia que impulse el desarrollo turístico en el corredor artesanal.

2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los oficios artesanales y las necesidades de los artesanos para comprender la dinámica actual en el corredor artesanal de Guatavita, Cundinamarca.
2. Analizar la percepción de los artesanos locales sobre el mercado de los productos artesanales, para identificar las oportunidades de mejora en el corredor artesanal de Guatavita, Cundinamarca.
3. Proponer una estrategia integral que promueva el turismo artesanal para la creación de redes de colaboración entre actores locales.

3. justificación

En la actualidad los artesanos cuentan con una gran llegada y acogida de turistas que semanalmente visitan Guatavita por diferentes motivos, tales como conocer el museo indígena, disfrutar el paisaje de la laguna de Sesquilé, así como de la gastronomía dulce y salada que existe en el municipio actualmente. En cuanto a las artesanías bajo una observación previa se denota la venta de diferentes artículos relacionados con la tradición y reconocimiento del municipio, se pueden encontrar artículos elaborados en lana y tejidos a mano como (ruanas, gorros, guantes), también piezas hechas el barro (ollas y vasijas decorativas, figuras y esculturas de animales), souvenirs referentes a la leyenda del dorado, el nombre del municipio tallado y hasta piezas de joyería, No obstante, no se le está dando el valor a las artesanías desde la mirada arraigada de la cultura e historia de este municipio. Por su ubicación geográfica e historia que caracteriza a Guatavita, refleja un equilibrio delicado entre la preservación de las tradiciones culturales y la demanda del mercado actual, así como desafíos en la comercialización y la competitividad frente a productos hechos a gran escala sin un valor agregado.

La creación de estrategias que permitan redes de colaboración para los artesanos ubicados en la "plaza de los artesanos" de Guatavita es fundamental, ya que permite proporcionar la orientación necesaria para fortalecer el sector de las artesanías, impulsando el valor agregado del diseño de los productos locales. Esta iniciativa no solo beneficiará a los artesanos al mejorar su capacidad de producción y comercialización, sino que también fortalecerá el atractivo turístico de Guatavita, generando un efecto positivo promoviendo la preservación de las tradiciones culturales y por ende en la economía local.

Este trabajo se realiza con el propósito de fortalecer el mercado artesanal a través de la creación de un modelo de clúster artesanal. El fortalecimiento de los lazos entre los artesanos y su integración en un clúster podría fomentar el intercambio de conocimientos y técnicas tradicionales, lo que a su vez podría contribuir a la preservación y revitalización de las prácticas culturales y artesanales autóctonas. Según Hernández Celis (2014 citado por Karina & Gabriela, 2017) con la aplicación de los clústeres de artesanías se logrará tener un sector artesanal competitivo, rentable, y sostenible en un mercado globalizado; permitiendo que la actividad artesanal sea una fuente generadora de empleo y divisas para el país, permitiendo el desarrollo de otros sectores y actividades conexas.

El turismo local es una fuente importante de ingresos para Guatavita, y la oferta artesanal es un atractivo clave para los visitantes. Al fortalecer la red de colaboración de los artesanos, no solo se mejorará su situación económica, sino que también se enriquecerá la experiencia turística en Guatavita. Esto podría traducirse en un aumento de la afluencia de turistas.

4. Antecedentes y Referentes Conceptuales

4.1 Estado del arte

Basado en los artículos y trabajos de grado consultados se tuvieron en cuenta varias referencias bibliográficas para la recolección de información presente en este trabajo.

Como primera referencia se tomó el trabajo de Javier Corredor quien investigó sobre *“las alternativas del clúster para el fortalecimiento de la competitividad en el departamento de Norte de Santander”*. Centrándose en las políticas de un clúster y su configuración como iniciativas planificadas, Se utilizó una metodología cualitativa para investigar el rol de los actores del clúster como elementos fundamentales del programa. Los resultados de la investigación están relacionados con el proceso de configuración de clústeres, los factores favorables y limitantes de su actividad, la valoración general del programa y la identificación de áreas de mejora. Corredor (2017)

El siguiente trabajo que se tomó fue escrito por Lina Espitia y se titula *“Importancia del desarrollo de un clúster alfarero en el mejoramiento de la competitividad del sector en Sogamoso”*. Este escrito muestra la importancia del crecimiento de un clúster alfarero y su relación con la competitividad del sector. Pasaron por 3 etapas (análisis de fuentes secundarias, análisis de empresas locales y la disposición en cuanto a la iniciativa de desarrollar un clúster del sector) con el fin de obtener un impacto positivo frente a falencias de la cadena de valor del sector. Cabe resaltar que (...) Este artículo proporciona un insumo importante para tomar como punto de partida de una iniciativa clúster como posible solución a las problemáticas mostradas y su influencia en el mejoramiento del sector” Espitia (2021).

También recalca según Lina que el desarrollo de un clúster cerámico en Sogamoso puede mejorar la competitividad del sector de varias maneras. En primer lugar, puede conducir a la estandarización de precios, algo que actualmente falta en el sector. Esto reduciría las

fluctuaciones de precios y la competencia desleal entre empresas. Igualmente, el desarrollo de un clúster puede brindar oportunidades para que las empresas mejoren sus procesos de producción. Al compartir conocimientos y mejores prácticas, las empresas pueden aprender unas de otras y adoptar métodos de producción más eficientes y eficaces. Esto puede generar ahorros de costos, aumento de la productividad y mejora de la competitividad. Espitia (2021).

La investigación de Ana María Serrano Ángel titulada los clústeres en el contexto colombiano: una mirada desde la perspectiva política al tipo de relación existente entre el proceso económico desarrollado por los clústeres y las posibilidades que se generan en la gobernabilidad de un territorio, es un aporte desde la mirada económica y política en donde resalta las condiciones de gobernabilidad en cuanto a un territorio y los procesos económicos derivados de los clústeres. Teniendo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre los procesos económicos de formación de clústeres y las condiciones de gobernabilidad de un territorio y dando como resultado que debe haber una interacción entre gobernantes y gobernados para determinar los papeles de cada integrante y así poder consolidar iniciativas de gestión y políticas de promoción y formación de clústeres, con el objetivo de potencializar las economías locales. Cerrano (2008)

Por otro lado, también se recolectó información de un artículo llamado *Estrategias de comercialización para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales* escrito por Laura Alejandra Benavides y Andrea Carolina Redondo donde proponen alternativas para la comercialización de artesanías en mercados internacionales ya que los métodos de aprendizaje de los artesanos son muy bajos por ende no tienen una gran repercusión en la comercialización de sus productos. El artículo se dividió en 4 momentos clave, el primero habla sobre la metodología de diseño no experimental, de tipo descriptivo y documental, seguido de la teoría del comercio justo, tercero los resultados y por último se muestran las estrategias y las conclusiones del documento, En este último apartado dicen que se debe buscar un comercio justo, que no haya intermediarios en el proceso de comercialización para que los artesanos y que ellos mismos sean quienes vendan sus productos. Esto trae mayores beneficios para ambas partes; otra de ellas es la formalidad para crear empresas y organizarse para posibilitar oportunidades. Benavides & Redondo (2021)

Rodríguez Domínguez, Investigó el tema de su investigación hacia *la creación de clúster turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos: una aplicación a las Rías Bajas Gallegas en el año 2001*. Expone que la falta de relación biunívoca entre la oferta y la demanda turística provoca que la competitividad individual de las empresas del sector esté subordinada a la competitividad colectiva del propio destino. Las empresas turísticas de este sector mostraron evidencias de padecer una "miopía estratégica", por lo que se planteó que las empresas deben buscar la competitividad colectiva del destino para lograr el éxito individual mediante una combinación de fuerzas competitivas y cooperativas.

Los clústeres turísticos contribuyen a la competitividad del sector turístico al crear una red concentrada e interconectada de negocios y atracciones relacionados con el turismo. Esto permite el desarrollo de un producto turístico cohesivo y de alta calidad esta es una de las ideas principales que tiene Raúl Jaramillo Panesso autor del artículo *apuntes sobre los clústeres turísticos*. El objetivo principal es analizar y discutir la importancia de los clústeres turísticos en la competitividad del sector turístico. Por otro lado, los clústeres también promueven la especialización y la innovación dentro de la industria turística. A medida que las empresas dentro del clúster trabajan juntas y comparten conocimientos y recursos, pueden desarrollar productos y servicios turísticos únicos y diferenciados. Esta diferenciación ayuda a atraer turistas y otorga al clúster una ventaja competitiva. Domínguez (2001)

La investigación de *potencialidad del clúster turístico en el municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia* escrito por Ortiz Flórez Jazmín Solange, Cancino Susan Elsa y Cancino Escalante Giovanni Orlando, tuvo como objetivo realizar un diagnóstico del sector turístico del municipio de Pamplona Colombia identificando la posibilidad de la implementación de un clúster turístico. La metodología empleada se basó en encuestas y fuentes secundarias con el fin de describir la percepción de los actores y obtener información sobre los atractivos turísticos, la procedencia de la mano de obra y los insumos, la información suministrada a los turistas, y los programas y proyectos relacionados con el sector. Se dedujo los 5 componentes (Atractivos turísticos, infraestructura turística, instituciones locales de apoyo, participación del gobierno y percepción de los emprendedores) para brindar el potencial del desarrollo del clúster. Se llega a la conclusión que se resalta la necesidad de consolidar el clúster turístico bajo una estructura organizativa, para reducir los obstáculos y estimular la participación de los actores ya que cuenta con los componentes, pero carece de cooperación. Ortiz Flórez et al. (2019)

Georgina Arévalo realizó un artículo llamado creación de un clúster turístico cultural en Michoacán donde destaca la importancia del turismo cultural como alternativa sostenible y enriquecedora al turismo tradicional. Destaca cómo el turismo cultural puede estimular el desarrollo económico y social de las comunidades, especialmente en áreas ricas en patrimonio cultural como Michoacán. Se enfatizó la necesidad de utilizar los recursos naturales, culturales y sociales de la región para promover la oferta representativa e integrada de grupos turísticos. Además, se mencionó el potencial del turismo cultural como una importante fuente de ingresos y empleo, destacando las inversiones previstas en proyectos turísticos en Michoacán Pacheco (2017).

En otra instancia, el *Modelo sistémico para la conformación de un clúster turístico regional de naturaleza sustentable* escrito por seis profesionales de diferentes áreas del conocimiento resalta la importancia de la planificación estratégica para enfrentar crisis globales y locales, promoviendo un futuro económico y social mejorado mientras se protege el medio ambiente. Destaca el turismo como una herramienta para integrar economías menos desarrolladas, enfocándose en el potencial del turismo sostenible en áreas marginadas. Se mencionan métodos para desarrollar un turismo eco-planificado y se subraya la evolución de las preferencias de viaje hacia experiencias auténticas y locales. Se articula con el clúster a través del enfoque en el desarrollo económico y social de una región, utilizando el turismo sustentable como uno de los pilares para impulsar este desarrollo. Un clúster turístico podría ser una herramienta eficaz para organizar y coordinar las diversas actividades relacionadas con el turismo en la región, aprovechando los recursos naturales y culturales de manera sostenible Montaña-Arango et al. (2012).

Cristina Varisco realizó un artículo el cual presenta un análisis del clúster turístico de Miramar dentro del Plan de Desarrollo Turístico del Distrito General Alvarado, implementado por el Centro de Estudios Turísticos en colaboración con la Universidad Nacional de Mar del Plata y autoridades locales. Llamado *El clúster turístico de Miramar*. El objetivo principal es caracterizar las actividades turísticas desde una perspectiva económica y evaluar su impacto en la comuna. Para ello se utiliza la Teoría del Desarrollo Económico Local, que enfatiza la importancia de la competitividad territorial. El concepto de clúster se utiliza para comprender las interacciones entre empresas y organizaciones que crean el producto turístico de Miramar, considerando el sistema de producción local como marco teórico para analizar el desarrollo económico. La metodología utilizada incluyó análisis de datos socioeconómicos, entrevistas

con actores sociales y dos encuestas de oferta y demanda turística durante la temporada 2004. Estos hallazgos resaltan el importante papel del turismo en Miramar como una actividad económica importante, al mismo tiempo que resaltan su sensibilidad. Varisco (2004)

Finalmente, se toma el trabajo de Angie Cardozo, Daniel Vanegas, Karen González titulado *Propuesta para la creación de un Clúster que genere la reactivación del Sector Turístico en el Municipio de La Macarena - Meta*, el cual habla de crear un clúster turístico para el municipio para reactivar el turismo debido al conflicto armado que se ha dado en La Macarena, viendo los clúster como un medio y herramienta que impulsa el progreso de diferentes procesos y aplica a la solución de problemáticas como en este caso todo lo que conlleva el posconflicto. Marín et al. (2020)

4.2 Referentes Conceptuales

Turismo Cultural

El turismo cultural según [secretaría de Turismo, 2015] se “define como una actividad turística motivada por el conocimiento, comprensión y disfrute de un conjunto de características y elementos únicos, espirituales y materiales, intelectuales y emocionales, de una sociedad o grupo social en un destino particular”. Teniendo en cuenta la referencia anterior, el concepto permite adaptarse a este trabajo debido a que se identifican los oficios artesanales como una característica de Guatavita y como elementos únicos se tiene las artesanías.

En otra instancia la OMT dice que, “el turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos productos guardan relación con un conjunto de elementos entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. Turismo y cultura (s. f.).

Francisca Hernández citado por turismo cultural en sinergia con el territorio, (2022) señala que el turismo cultural se puede definir como “una migración temporal cuya principal motivación es la expansión de los sentidos, la búsqueda de conocimientos y emociones a través del descubrimiento del patrimonio y de las fronteras.

Turismo Artesanal

Para Tresserras (s. f.) el “Turismo artesanal es la actividad turística que se realiza con el fin de descubrir un territorio a través de experiencias artesanales”. Es decir que el turista no está interesado en visitar lugares turísticos convencionales, sino que busca interactuar con artesanos locales, aprender sobre sus técnicas y procesos de fabricación, e incluso participar en talleres para crear sus propias piezas artesanales.

Es importante resaltar que “la artesanía y el lugar que se visita se relacionan directamente en la experiencia del turista al recordar su viaje, memorando las personas y culturas con las que tuvo contacto”. (Turismo artesanal una mirada al patrimonio cultural colombiano, 2015). De acuerdo con los dos referentes anteriores se puede decir que el turismo artesanal en Guatavita es una de las dinámicas turísticas más enriquecedoras por el contacto que tiene el turista con los artesanos llevando un recuerdo memorable de Guatavita.

En esa misma línea Artesanías de Colombia (2015) dice que:

La sinergia entre los sectores de Turismo y Artesanías es un factor importante de desarrollo que impulsa las economías locales, promueve la equidad, genera empleo, y además contribuye a difundir la historia, valores patrimoniales, conocimiento y cultura del país ante los mismos colombianos y el mundo. Las artesanías son un atractivo cultural que cada vez más logran ocupar su lugar como elemento vital de la oferta turística de las diferentes regiones del país.

En otras palabras, turismo artesanal (2013) también reconoce su importancia y establece: “La artesanía, en un medio rural o local puede desarrollar sus mejores valores y fortalezas, teniendo en cuenta para ello su cultura y el entorno donde se desarrollan. En este sentido, la artesanía juega un papel más dentro de nuestra cultura dando así el lugar que se merece. El turista de calidad, como el antiguo viajero, va a la búsqueda de la experiencia, del conocimiento y del placer, busca una contraposición a su mundo urbano y global gracias al contacto con la autenticidad, la tradición, la naturaleza y la mano extendida. No quiere virtualidad, quiere realidad”.

Patrimonio Cultural Inmaterial

Según (Soto, 2013) basado en la UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial se refiere a tradiciones y expresiones vivas heredadas de generación en generación, que forman parte de la identidad de una comunidad y que son reconocidas como valiosas para la sociedad en su conjunto. Este tipo de patrimonio incluye manifestaciones como la música, danza, rituales, tradiciones orales, artesanías, festividades, entre otros aspectos intangibles de la cultura. Su protección y preservación son fundamentales para mantener viva la diversidad cultural y fomentar el diálogo intercultural. Dicho de otro modo, el patrimonio cultural inmaterial en Guatavita refleja todo aquel testimonio artístico en este caso puntual, artesanal, que se haya dejado en el territorio y que tiene una relevancia en la historia de lo que hoy es Guatavita.

En la misma línea, (Comunicaciones, 2020) afirma que “el patrimonio cultural inmaterial está vinculado a tradiciones vivas, dinámicas que son recreadas por las comunidades como parte de su memoria colectiva. Su práctica y transmisión da cuenta de la creatividad humana alrededor de las formas como sentimos, evidenciamos y celebramos nuestra identidad. El patrimonio cultural inmaterial está vinculado a todo aquello que nos hace sentir de dónde venimos, aquello que nos recuerda nuestras raíces”.

Para (Bonell & del Mármol Cartañá, 2021), el PCI actualmente se ha venido transformando, los cambios en la gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) han implicado una mayor contextualización en la presentación de las manifestaciones del PCI en los museos, incorporando elementos como habilidades, conocimientos, procesos y emociones. Además, se ha producido un quiebre con las definiciones anteriores de patrimonio, incorporando una nueva sensibilidad y una interpretación más sutil del PCI. Estos cambios han llevado a una mayor aceptación y difusión del PCI a nivel mundial, así como a una inserción en las políticas culturales de muchos países.

Artesanía

Para (La artesanía colombiana, 2003) la artesanía tiene el poder de transmitir cultura, creatividad, innovación, gestión sostenible y muchas historias de mujeres y hombres trabajando con alegría (pg1). También la artesanía es el principal producto de la actividad manual, con impronta propia, arraigada en tradiciones culturales, producida artísticamente utilizando

herramientas sencillas relacionadas con la elaboración de objetos, materiales naturales para las necesidades personales, familiares y sociales. (Bolívar, 2004, página 3). De acuerdo con los autores, por medio de este concepto se permite identificar y agrupar a los artesanos que ejercen este oficio. Al delinear las características y habilidades específicas de los artesanos.

En otra instancia, la perspectiva de (Moreno, s. f.), dada la importancia del turismo; es importante enfatizar un modelo que aproveche de manera óptima la afluencia de turistas al país para que tanto turistas como artesanos puedan participar en un intercambio cultural mutuo que contribuya a ser beneficioso tanto para la economía como para la percepción cultural del país ya que hace parte del patrimonio cultural e inmaterial de Colombia.

Artesano

Según Herrera, NE (1989) "Persona que realiza actividades profesionales creativas relacionadas con un determinado oficio, principalmente a nivel artesanal, de acuerdo con conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja de forma independiente y se gana la mayor parte de su vida con este trabajo. y convierte el trabajo físico en bienes útiles y espiritual." En concordancia con el autor este concepto nos permite ahondar en la dinámica que se presenta en el municipio de Guatavita frente a la situación de cada artesano. De la misma manera, el [observatorio Cultural CNCA 2008] plantea que el artesano es quien transforma las materias primas en artesanía y del "saber hacer". Esta dimensión se refiere a las condiciones sociales de los artesanos como sujetos, teniendo en cuenta el capital cultural, social y humano que controlan.

Por otra parte, Richard Sennett citado por Álvarez (2015) dice que "Es una persona que se enorgullece de su trabajo y trabaja duro. Lo que caracteriza a un artesano es su habilidad, un repertorio de procedimientos con un vínculo constante entre el conocimiento tácito y el razonamiento". Para Pérez Toledo (1999 citado por Freitag & del Carpio Ovando, 2016) dice que, para ser artesano, hay que poseer un oficio o calificación, en otras palabras, "una cultura propia y un saber especial, un know-how.

Oficios Artesanales

El oficio hace parte de una relación entre la comunidad y su tradición cultural que es plasmada en piezas que representan identidad, contexto y un tiempo específico en la historia,

y los factores que hacen parte de este y que lo caracterizan principalmente son la materia prima, la producción, la infraestructura e inclusive el capital. Gasca (2015)

Por otro lado, el [observatorio Cultural CNCA 2008] dice que “las actividades relacionadas con la creación y producción de un objeto o serie de objetos, en la cadena de valor, contienen símbolos históricos relacionados con el patrimonio cultural y cultural, que son símbolos para la formación de la identidad de la región y de la sociedad en la que se incorpora.

Es decir, un oficio artesanal es una actividad laboral que implica la creación de productos utilizando habilidades manuales y técnicas tradicionales. Estos productos suelen ser únicos o producidos en pequeñas cantidades y están hechos a mano con cuidado y destreza por parte de los artesanos. Los oficios artesanales pueden abarcar una amplia variedad de áreas, como la cerámica, la carpintería, la joyería, la textilería, la escultura, entre otros. La práctica del oficio artesanal puede ser transmitida de generación en generación y está arraigada en la cultura y las tradiciones locales.

Para Robert Blake & Jane Mouton citado por Serralde (s. f.) sostiene que el desarrollo organizacional enfatiza la “organización” en todos los sentidos de la palabra. Esto significa desarrollar toda la organización o partes clave de la organización de arriba a abajo. El verdadero desarrollo organizacional se basa en la teoría, está orientado al equipo y proporciona un enfoque de autoayuda para garantizar la máxima confianza en las habilidades internas y el liderazgo en las actividades de desarrollo.

Clúster Turístico

Porter (1998 citado por Gutiérrez & Flores, 2022) sostiene que un clúster es un conjunto de empresas y organizaciones ubicadas en una determinada zona geográfica, conectadas por redes de producción, colaborando y compitiendo entre sí. Y dependiendo del aspecto geográfico, puede ser un clúster urbano, regional, nacional o incluso transnacional. Porter sostiene que las empresas de un determinado sector aumentarán y cooperarán entre sí, creando una cadena de beneficios, una mayor transferencia de conocimiento, lo que fomentará la creación de proyectos conjuntos. Lo anterior en el caso de Guatavita, servirá para promover la colaboración y cooperación entre las empresas y organizaciones locales. Al trabajar juntos en la promoción de sus productos, la mejora de la calidad y la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado,

los artesanos y empresarios de la región pueden fortalecer su posición competitiva y ampliar su alcance tanto a nivel nacional como internacional.

En otra instancia, para Panesso (2003) un clúster turístico es:

Un espacio geográfico determinado por unas ventajas comparativas concretas, lo bastante homogéneas, territorialmente enmarcadas en una relativa unidad y con unas condiciones de conectividad promisorias, donde se dan los atractivos naturales o culturales necesarios para perfilar un buen producto turístico o una familia de productos, más los componentes empresariales y tecnológicos que forman una cadena de producción y mercadeo armónica y relativamente autárquica, la cual debe operar en condiciones adecuadas de productividad, para ofrecer el producto o productos en condiciones de excelencia, a menor precio que los competidores de calidad comparable, y en la oportunidad y cantidad buscadas por la demanda; es decir, donde la ventajas comparativas se puedan maximizar como ventajas competitivas.

Por último, se trae a colación la definición de Navarro (2003 citado por Morgan Medina et al., 2020), quien explica el papel de las entidades del sector privado, público y mixto dentro del clúster, los aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de gestionar los clústeres. Este tipo de organizaciones crean un foro para la cooperación y la interacción entre empresas, forman un puente entre las empresas y el gobierno, y son un mecanismo para facilitar la interacción entre las empresas y las organizaciones de apoyo (universidades, centros de investigación, instituciones financieras, etc.), al mismo tiempo que brindan servicios de apoyo específicos. Esto significa que la función principal que desempeñan es la de ejercer presión coordinando actividades público-privadas y obteniendo apoyo para programas especiales.

5. Metodología

El presente trabajo se realizará en base a la metodología Cualitativa, de tipo exploratorio, que se apoya en la herramienta etnográfica que consta de entrevista, encuesta y grupo focal. Todo esto con la finalidad de saber las necesidades y percepciones que tienen los habitantes del municipio para así proponer un modelo de clúster artesanal para Guatavita.

5.1 Tipo de Investigación

De acuerdo con lo anterior, según Hernández, Fernández y Baptista (2014 citado por Enciso, s. f.), se entiende como “carácter exploratorio a la investigación que se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. La investigación cualitativa busca conceptualizar sobre la realidad con base a la información obtenida de la población o las personas estudiadas.

El enfoque cualitativo “estudia la realidad en su contexto natural tal como se suceden los fenómenos, tomando e interpretando la realidad de acuerdo con las personas implicadas” Blasco y Pérez (2007 citado por Salamanca 2017).

5.2 Diseño de Investigación

Para el diseño de este trabajo se tomó en cuenta los diferentes clústeres que se han hecho en materia de turismo, se tuvo en cuenta para la creación de este diseño el trabajo: “Formación de un clúster turístico para lograr ventaja competitiva de la ciudad Apastepeque” Argueta M. Saúl O y Vásquez R. (2013).

5.3 Población y muestra

La identificación de poblaciones se cita a Lerma (2006), quien define una población como un conjunto de todos los miembros de una misma especie que tienen un rasgo particular o cumplen con la misma definición y que los miembros de ella tendrán características propias. Investigación y relaciones En este caso, la población de investigación elegida está conformada por artesanos ubicados en la plaza de los artesanos, la secretaría de turismo, recreación y cultura y cooperativa multimedia. Estas personas e instituciones gubernamentales desean formar parte del clúster artesanal en el municipio de Guatavita, Cundinamarca.

Respecto a la muestra, Lerma la define como el subgrupo de la población del cual efectivamente se extraerá la información para el diseño de la investigación y sobre el cual se realizará la medición y observación de las variables de la investigación. Para este trabajo se seleccionaron 18 personas en total, las cuales 12 harán parte del modelo ya que cumplen con los criterios para ser artesanos por sus conocimientos tradicionales y las técnicas utilizadas en la elaboración de

artesanías. Las 6 personas restantes son catalogadas como comerciantes ya que no cuentan con conocimientos, técnicas o habilidades para la elaboración de artesanías por ende no hacen parte del modelo.

5.4 Técnica e instrumentos de Recolección de datos

Los instrumentos utilizados para elaborar este trabajo de grado se determinaron mediante los objetivos específicos planteados. Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada y su respectivo instrumento de recolección fue formato adaptado a las necesidades del objetivo. Según Solís (2020) las entrevistas semiestructuradas son particularmente convenientes para la creación de situaciones de conversación que faciliten la expresión natural de percepciones y perspectivas por parte de las personas sujetos de investigación.

En esa misma línea, para el cumplimiento del segundo objetivo se tomó la técnica de encuesta, según Solís (2020) se utiliza para recolectar información de personas respecto a características, opiniones, creencias, expectativas, conocimiento, conducta actual o conducta pasada (pág. 25), teniendo como instrumento el formato de entrevista y para dar cumplimiento al último objetivo se optó por la técnica de grupo focal según Alicia Hamui (2013) este método es especialmente útil para probar el conocimiento y la experiencia de las personas en entornos interactivos, lo que nos permite examinar lo que piensa una persona, cómo piensa y por qué piensa de la manera en que lo hace. El trabajo en grupo facilita la discusión y anima a los participantes a comentar y expresar sus opiniones, se complementa con el instrumento de registro de recolección de información.

Tabla 1

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

Objetivos específicos	Técnicas	Instrumentos
1. Identificar los oficios artesanales y las necesidades de los artesanos para comprender la dinámica actual en el corredor artesanal de Guatavita, Cundinamarca.	entrevista semiestructurada	- Formato de entrevista

2. Analizar la percepción de los artesanos locales sobre el mercado de los productos artesanales, para identificar las oportunidades de mejora en el corredor artesanal de Guatavita, Cundinamarca.	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Formato de entrevista - Notas de campo
3. Proponer una estrategia integral que promueva el turismo artesanal para la creación de redes de colaboración entre actores locales.	Grupo focal	Formato de grupo focal

Nota: la información corresponde al desarrollo del trabajo de grado. La elaboración es propia. (2024).

5.5 Limitaciones

Las limitaciones encontradas durante el proceso de este trabajo fueron la falta de atención por parte de las entidades gubernamentales, ya que no contaban con el tiempo suficiente para responder a las inquietudes y preguntas a la hora de llevar a cabo este proceso. Por otra parte, reunir a las personas interesadas ya que no se organizaban los horarios de todos los interesados.

6. Análisis e Interpretación de resultados

Acorde a la investigación realizada y al análisis de la información de las fuentes, se llevó a cabo el desarrollo de los objetivos propuestos, se dividió en tres partes; en primera instancia, se realiza la identificación de los oficios artesanales por medio de una entrevista semiestructurada en donde se analizaron las diferentes perspectivas que tiene los artesanos, en segunda instancia, se realizó una encuesta con el fin de determinar la experiencias de los artesanos con el mercado actual del corredor y por último, la estrategia que en este caso es el modelo del clúster para el municipio de Guatavita, Cundinamarca.

Contextualización

En la época precolombina, Guatavita fue el centro religioso y cultural del pueblo muisca. Su poder supremo se convirtió en su principal culto, cuyo santuario era la laguna del mismo

nombre, donde se realizaba la tradicional ceremonia que dio origen a la leyenda de Eldorado. Durante mucho tiempo, este fue el centro administrativo del valle circundante porque era la ruta principal hacia las llanuras orientales, donde la gente vivía y explotaba desde la antigüedad. Esto quiere decir que durante muchos años la “vieja” Guatavita realizó ferias de ganado vacuno, equino y ovino. Desde la época indígena, sus habitantes se han distinguido por sus habilidades artesanales y artísticas, especialmente en la producción de joyería, cerámica de construcción y textiles. (Alcaldía de Guatavita - Cundinamarca (2013 citado por Barrios & Gómez, s.f.)

Según Festiva (2011 citado por Barrios & Gómez, s.f.) La comuna de Guatavita se encuentra ubicada en la provincia de Guavio, en Cundinamarca, al noreste de la ciudad de Bogotá, a unos 57 km de distancia. Su altitud mínima es de 2.680 metros sobre el nivel del mar y la máxima es de 3.400 metros sobre el nivel del mar. Su superficie es de 29.400 hectáreas, correspondientes a 294 kilómetros cuadrados. Incluye un centro urbano y 15 veredas limitando con Sesquilé y Machetá, por el sur con los municipios de Guasca y Junín, por el accidente geográfico con los municipios de Tocancipá y Gachancipá, por el oriente con el municipio de Gachetá.

En el (Plan de Desarrollo Turístico de Guatavita 2022-2032) se realizó un estudio de demanda de turistas en el cual se afirma que entre las actividades y/o productos que generaron gastos antes y durante el viaje, las actividades o productos en los que más gastan los turistas son en alimentos y bebidas con un 25% seguido de combustible con 22%, compra de artesanías con un 17%. Esto revela tendencias significativas en los patrones de gasto de los visitantes. Con el 25% del gasto destinado a alimentos y bebidas, se subraya la importancia de la experiencia gastronómica en los destinos turísticos, lo que sugiere la necesidad de ofrecer una amplia variedad de opciones culinarias para satisfacer las expectativas de los turistas. Asimismo, el 22% del gasto en combustible resalta la preocupación por el transporte, enfatizando la necesidad de una infraestructura eficiente y opciones de viaje sostenibles. Por otro lado, el 17% del gasto en compra de artesanías refleja el interés de los turistas en adquirir productos locales, lo que presenta oportunidades para el desarrollo económico a través del apoyo a los artesanos locales. Estos hallazgos indican la importancia de adaptar las estrategias de marketing y promoción para destacar estas áreas de interés y mejorar la experiencia del turista, lo que puede impulsar el crecimiento económico y la sostenibilidad del sector turístico.

Objetivo 1: Oficios artesanales y las necesidades de los artesanos

La entrevista semiestructurada se seccionó en 3 puntos: desafíos, necesidades y oportunidades, buscando una mejor comprensión y análisis, se realizaron preguntas como: ¿qué barreras enfrentan como artesanos?, ¿qué tipo de apoyo necesitan?, ¿qué papel juega la artesanía dentro del desarrollo local?, para determinar la dinámica actual en el corredor artesanal. Véase en *anexo 1*

Teniendo en cuenta la entrevista; se identificaron cinco categorías por consiguiente se analizarán las respuestas dadas por cada uno de los participantes. Según los datos proporcionados por los entrevistados, de un total de 12 participantes, 4 se dedican al tejido, 2 tienen experiencia en cerámica, 3 se especializan en la elaboración de pulseras con piedras de murano, 2 son alfareros, y 1 se dedica a la orfebrería.

Tabla 2

Oficio de tejer

Categoría Tejido: E1. Castillo Luz Mery, **E2.** Hadad Estrada Maria Fernanda, **E3.** Vicky Yaneth Martínez Soscua, **E4.** Yessica Dayana Serrano Contreras.

Entrevistados	Categoría	Análisis
1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?		
E1-E2-E3-E4	Tejido	Los entrevistado afirmaron que el oficio al que se dedican es la tejeduría desde hace varios años”
2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?		
E1-E2-E3-E4	Tejido	Según los entrevistados los principales desafíos que enfrentan los artesanos en el oficio de la tejeduría son: “el abastecimiento de la materia prima para la elaboración de las manillas, pulseras o collares, esto debido a que en su mayoría eran transportados desde Bogotá y el precio era mucho mayor a lo que ellos vendían por artesanía.”

3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Principalmente la barrera de un apoyo por parte de la alcaldía, pero también en ellos poder tener los espacios propios.”
--------------------	---------------	---

4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Muchos de sus productos que son puestos a los turistas son reemplazados ya que vienen comerciantes de otros municipios incluso de Bogotá y se pierde lo que es la tradición, pero también, el producto originario de Guatavita.”
--------------------	---------------	---

5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Primero que todo la comercialización de sus productos, el tener una red donde estos se den a conocer, también sus espacios por ejemplo locales o la misma plaza de los artesanos, por último, lo económico y social un apoyo de la alcaldía para hacer eventos.”
--------------------	---------------	---

6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Los artesanos no están conformes con el espacio que tienen más con el corredor de los artesanos, donde solo 8 locales están a la disposición de este corredor y son más los artesanos , por eso han tenido que colocar sus artesanías en otro punto distinto al corredor incluso que a la plaza.”
--------------------	---------------	--

7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Para los artesanos especialmente el oficio del tejido para ellos es muy importante ya que no solo es el desarrollo económico y turístico del municipio , sino que también, la preservación de la cultura de Guatavita, el trabajo del artesano es muy importante , además es una gran representación de ellos.”
--------------------	---------------	--

8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Siempre ha estado la iniciativa por parte de entidades , corporativas , incluso la alcaldía, pero solo queda en información y papel, no llevan a cabo ningún proyecto donde les han prometido cosas y nada.”
--------------------	---------------	---

9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?

E1-E2-E3-E4	Tejido	“Como primera oportunidad está la reconstrucción de la plaza de los artesanos, el mejorar su espacio, pero también el cambio de alcalde y secretario de Turismo ven una oportunidad no solo de comercialización o promoción si no también en la parte de la preservación y conservación de la cultura de Guatavita.”
--------------------	---------------	--

Nota. Análisis de la primera categoría; elaboración propia (2024).

Tabla 3

Oficio de cerámica

Categoría cerámica: E1. Ana Galdis Barahona, E2. Jaime Enrique Cortez Garzón

Entrevistados	Categoría	Análisis
1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?		
E1-E2	Cerámica	De acuerdo con los dos entrevistados su oficio artesanal por excelencia es la cerámica.
2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?		
E1-E2	Cerámica	“Los entrevistados afirman que uno de los desafíos al promover sus oficios es no contar con generaciones futuras quienes quieran aprender el oficio artesanal, así como implementos necesarios para el proceso de elaboración de las artesanías.”
3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?		
E1-E2	Cerámica	“La principal barrera que ellos expresaron fue la integración por parte de la secretaría ya que no los tiene en cuenta a la hora de planificar el turismo en el municipio.”

4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?

E1-E2	Cerámica	“Uno de los obstáculos para la comercialización de los productos es el lugar donde se encuentran ubicados sus artesanías ya que no son tan visibles como otros puntos de venta que son de otros municipios, también la masificación de un objeto que ellos demoran en hacer.”
--------------	-----------------	---

5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?

E1-E2	Cerámica	“Primero las diferentes herramientas para mostrar sus productos ya sean redes sociales o grupos de apoyo y segundo apoyo de la alcaldía para gestionar eventos donde puedan exhibir los productos.”
--------------	-----------------	---

6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?

E1-E2	Cerámica	“Según los dos entrevistados el corredor artesanal no está bien distribuido entre las personas que trabajan allí y se pierde un poco el equilibrio de las ventas para unas personas y otras y han tenido que poner puestos esporádicos para vender.”
--------------	-----------------	--

7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?

E1-E2	Cerámica	“La artesanía es una de las motivaciones de las personas que visitan Guatavita ya que les interesa tener un recuerdo del lugar que visitaron y que sea hecho a mano, también esta es la fuente principal de ellos.”
--------------	-----------------	---

8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?

E1-E2	Cerámica	“Ha habido proyectos de turismo realizado por personas, pero solo se quedan en eso, proyectos que no se llevan a cabo.”
--------------	-----------------	---

9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?

E1-E2	Cerámica	“Por parte de los entrevistados surge la oportunidad que se arregle el espacio conocido como “la plaza de
--------------	-----------------	---

los artesanos” en donde ellos puedan tener igualdad de condiciones de visualización por parte de los turistas”.

Nota. Análisis de la segunda categoría; elaboración propia (2024).

Tabla 4

Oficio de hacer pulseras en murano

Categoría Pulseras en Murano E1. Elizabeth Acosta, **E2.** Julio Enrique **E3.** Constanza Maldonado Chauta

Entrevistados	Categoría	Análisis
1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“Como en las tablas anteriores cada artesano se especializa en un oficio, lo cual hace mucho más enriquecedor el saber artesanal del municipio.”
2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“El principal desafío que enfrentan es la falta de promoción y de sus espacios con los que cuentan.”
3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“La única barrera que enfrentan es la envidia, debido a que otros artesanos del lugar por la envidia no deciden integrarse a iniciativas, pero también el interés ya que en su mayoría hay más comerciantes que artesanos y nunca están de acuerdo.”
4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“La falta de promoción y ubicación en el sector del corredor de los artesanos.”
5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?		

E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“Un espacio más amplio y llamativo, pero también cursos de capacitación donde estos puedan saber hablarle a los turistas y poder comercializar sus productos.”
6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“El municipio Cuenta con espacios y bien distribuido, pero lamentablemente son muchos los artesanos que quieren dar a conocer pero no pueden estar en el corredor y les toca ir a otros lugares del municipio donde casi no llegan personas.”
7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“La artesanía para ellos siempre va a ser el motor principal para el desarrollo del municipio.”
8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“Por el momento está la iniciativa de la reconstrucción de la plaza y la mejora de la infraestructura.”
9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?		
E1-E2-E3	Pulseras en Murano	“Ellos identifican la programación de nuevos eventos y ferias del municipio, pero también un apoyo por parte de la secretaría de cultura y turismo en la parte económica y organizacional.”

Nota. Análisis de la tercera categoría; elaboración propia (2024).

Tabla 5

Oficio alfarería

Categoría Alfarería E1. Julio Rozo **E2.** Pablo Maldonado

Entrevistados	Categoría	Análisis
1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?		

E1-E2	Alfarería	“La persona entrevistada afirmó que su oficio artesanal era la alfarería con más de 20 años de experiencia.”
--------------	------------------	--

2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?

E1-E2	Alfarería	“Uno de los principales desafíos es la pérdida de los hornos que había en Guatavita para la realización de las artesanías, así como el material que se vuelve escaso en el municipio.”
--------------	------------------	--

3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?

E1-E2	Alfarería	“Principalmente el entrevistado afirma que las iniciativas están pero la alcaldía o las entidades encargadas no gestionan y no cumplen a la hora de ejecutar las estrategias o proyectos.”
--------------	------------------	--

4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?

E1-E2	Alfarería	“De los dos entrevistados en este oficio la comercialización se hace difícil porque los comerciantes ocupan el espacio más visible y como artesanos buscan otros espacios para vender sus productos.”
--------------	------------------	---

5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?

E1-E2	Alfarería	“En primera instancia unas instalaciones más adecuadas con espacios más amplios, pero también cursos de capacitación donde estos puedan aprender a tener un mejor servicio al cliente o los turistas y poder comercializar sus productos.”
--------------	------------------	--

6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?

E1-E2	Alfarería	“El corredor no está bien distribuido ya que no cuenta con la capacidad para todas las personas que venden sus productos y eso dificulta la visita de los turistas a la hora de encontrar una artesanía local hecha a mano.”
--------------	------------------	--

7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?

E1-E2	Alfarería	“Las artesanías según los entrevistados son una de las experiencias del turista, mirar la variedad de souvenirs que hay en todos los locales es algo que a los visitantes les gusta mucho también resaltan la venta de las artesanías ya que les ayuda a ellos a su diario vivir.”
--------------	------------------	--

8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?

E1-E2	Alfarería	“Si existen iniciativas como el mejoramiento de la plaza de los artesanos.”
--------------	------------------	---

9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?

E1-E2	Alfarería	“Los nuevos proyectos que se están proponiendo por parte de la alcaldía y el arreglo que le están haciendo a la “plaza de los artesanos” para reubicarse en un mejor sector.”
--------------	------------------	---

Nota. Análisis de la cuarta categoría; elaboración propia (2024)

Tabla 6

Oficio orfebrería

Categoría Orfebrería E1. Norbey Gómez

1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?

Entrevistados	Categoría	Análisis
E-1	Orfebrería	“El entrevistado respondió que su oficio era la orfebrería”

2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?

E1	Orfebrería	“Tiene muchos Desafíos el principal de ellos el poder conseguir los recursos como la materia prima (metales o aleaciones) , también la promoción y el apoyo económico por parte de la alcaldía.”
-----------	-------------------	--

3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?

E1	Orfebrería	“Como muy bien los demás artesanos han respondido y es la falta de gestión en la organización por parte de la alcaldía”.
-----------	-------------------	--

4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?

E1	Orfebrería	“El busca otro espacio donde sea más visible a la hora de poder comercializar su producto”.
-----------	-------------------	---

5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?

E1	Orfebrería	“Primordialmente los espacios, la promoción y la gestión organizacional, así ellos podrán mejorar y expandir sus actividades artesanales no solo a los turistas que llegan sino también a los demás artesanos que se encargan de otros oficios”
-----------	-------------------	---

6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?

E1	Orfebrería	“Organizado sí está ya que se encuentra muy cerca de la plaza de Guatavita y también al museo, pero si la falta de expandir o más locales en ese lugar hace falta ya que son muchos artesanos”.
-----------	-------------------	---

7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?

E-1	Orfebrería	“La artesanía es una de las motivaciones de las personas que visitan Guatavita ya que les interesa tener un recuerdo del lugar que visitaron y que sea hecho a mano, también esta es la fuente principal de ellos”.
------------	-------------------	---

8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?

E1	Orfebrería	“Ha habido proyectos de turismo realizado por personas, pero solo se quedan en eso, proyectos que no se llevan a cabo, incluso la reestructuración de la plaza de artesanos recién inicia, pero no tienen expectativas.”
-----------	-------------------	--

9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?

E1	Orfebrería	“Ellos identifican la programación de nuevos eventos y ferias del municipio, pero también un apoyo por parte de la secretaría de cultura y turismo en la parte económica y organizacional.”
-----------	-------------------	---

Nota. Análisis de la quinta categoría; elaboración propia (2024)

De todas las respuestas dadas por los entrevistados una de los desafíos más grandes que tienen para mantener las tradiciones son la falta de instrumentos, para el caso de los alfareros el uso de hornos para realizar sus actividades, así como un espacio adaptado en donde puedan hacer la fabricación de las vasijas, seguido de las diferentes materias primas utilizadas en la creación de manillas y tejidos, por otro lado, la venta de productos masificados sin un valor cultural o identidad de Guatavita por parte de comerciantes ha debilitado los oficios tradicionales y esto a su vez se ve como un obstáculo al trabajo que realizan los locales.

Otro de los puntos es la inconformidad con la distribución que hay en este momento en los locales para cada uno de los artesanos, unos tienen más visibilidad que otros y así el mercado no funciona de una manera esperada para todos los artesanos involucrados en el corredor artesanal, a esto conlleva a el deseo de pedir apoyo como una necesidad a la secretaría de turismo para la organización de un mejor espacio donde se pueda tener visibilidad y mejorar y expandir la actividad artesanal.

Si bien el papel de la artesanía es uno de los más destacados dentro del municipio, las personas entrevistadas están de acuerdo en que no solo representa una fuente de ingresos para los artesanos locales, sino que también contribuye a la preservación de la rica herencia cultural y tradiciones arraigadas en la comunidad. Los productos artesanales únicos y auténticos sirven como atractivo para los turistas interesados en experimentar la autenticidad de la cultura local.

De lo anterior se puede concluir que la competencia de la venta de productos masificados sin valor cultural por parte de comerciantes externos debilita aún más los oficios tradicionales locales. La inconformidad con la distribución desigual en los locales comerciales también resalta la necesidad de apoyo institucional para mejorar la visibilidad y expandir la actividad artesanal en el municipio, hay una brecha entre los artesanos y las entidades gubernamentales para el rendimiento de este sector y asimismo mejorar la experiencia del

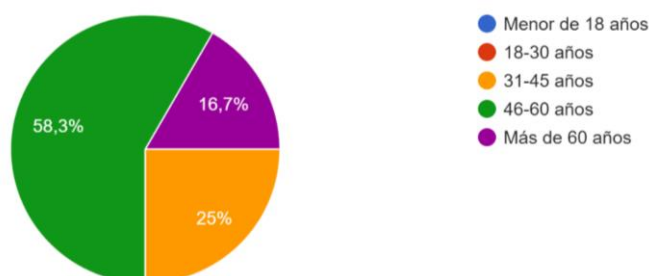
turista en este proceso, el turista juega el papel de demanda para los productos artesanales locales, ya que están interesados en adquirir recuerdos auténticos y representativos de la cultura y tradiciones del lugar que visitan pueden y pueden contribuir significativamente al apoyo y la promoción de los productos locales.

Objetivo 2: Percepción de los artesanos

Para el cumplimiento del segundo objetivo se encuestaron a 12 artesanos a quienes se les preguntó datos demográficos, la percepción que tienen sobre el mercado de las artesanías, los desafíos y experiencias que han tenido y por último las estrategias y necesidades que como artesanos requieren para el óptimo desarrollo del sector. Para consultar el instrumento véase *anexo 2*

Figura 1

Edad

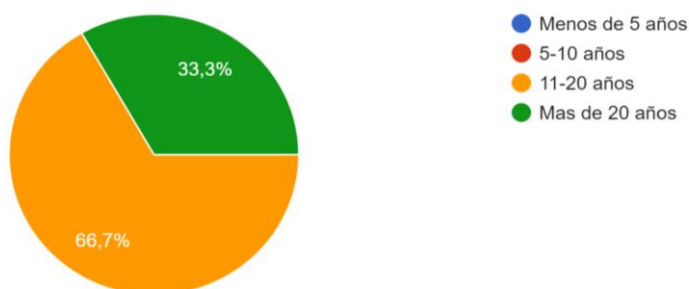


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

En los datos demográficos se determinó que el 58.3% (7 entrevistados) de la población tiene alrededor de 46 a 60 años, el 25% (3 entrevistados) tiene alrededor de 31 a 45 años y apenas el 16.7% (2 entrevistados) tiene más de 60 años. Esto quiere decir que la mayoría de los artesanos que trabajan en Guatavita, Cundinamarca son personas mayores, los que cuentan con los saberes tradicionales de la artesanía.

Figura 2

Experiencia como artesano

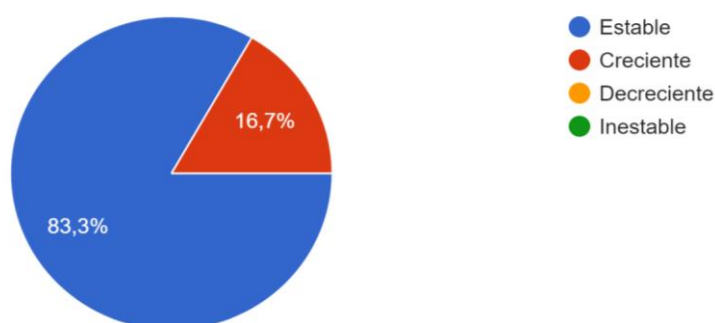


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

De acuerdo con la información suministrada por la población entrevistada, el 66.7% (8 entrevistados) de la población tiene de 11 a 20 años de experiencia como artesano o haciendo artesanías, el 33.3% (4 entrevistados) de la población lleva más de 20 años en esa profesión. Se puede afirmar que de las 12 personas encuestadas la mayoría conserva una tradición en la forma de hacer sus artesanías y se encuentran aún vigentes para hacer y enseñar el oficio artesanal.

Figura 3

Mercado de productos artesanales

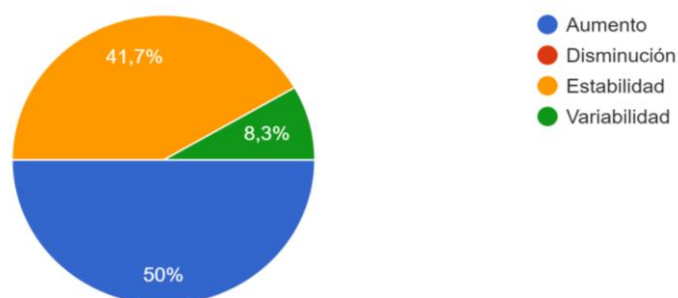


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

Ya entrando en la segunda fase de la encuesta (percepción del mercado) se determina que el 83.3% (10 encuestados) encuentran el mercado artesanal estable en el tiempo, y tan solo un 16.7% (2 encuestados) ha notado un crecimiento en un periodo de tiempo de cinco años.

Figura 4

Tendencia de la demanda productos artesanales

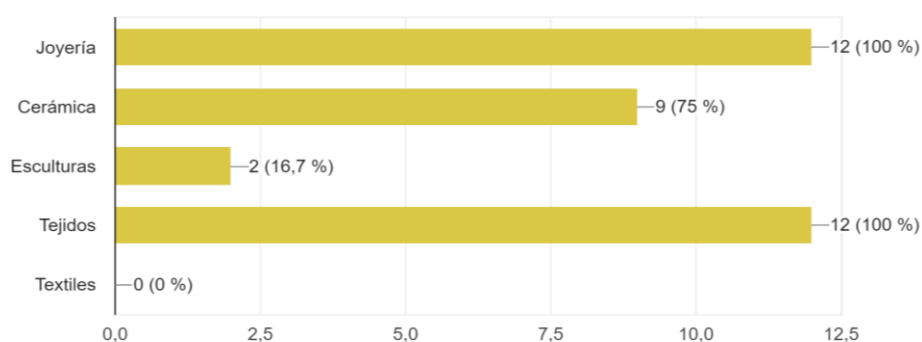


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

En cuanto a la tendencia de la demanda se demuestra que un 50. % de los artesanos (6 encuestados) notan un aumento en la tendencia, es decir, un flujo de turistas o visitantes mayor que hace unos años, en cuanto al 41.7% (5 encuestados) ve una estabilidad en el sector a medida de los años y tan solo el 8.3% (1 encuestado) nota una variabilidad en el sector artesanal.

Figura 5

Productos artesanales más demandados

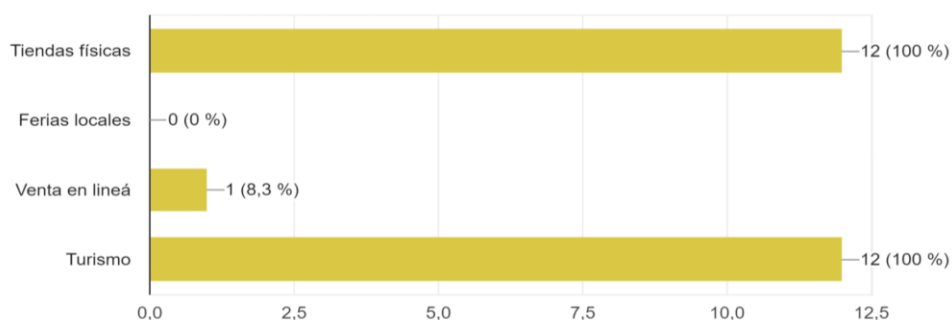


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

Tras las encuestas realizadas a los artesanos se pudo determinar que la joyería y los tejidos son los productos artesanales más demandados con un 100% (12 encuestados), seguido de la cerámica con un 75% (9 encuestados) y las esculturas con un 16.7% (2 encuestados). Es decir que a pesar de tener unos oficios artesanales ya establecidos ellos ofertan diferentes productos en sus tiendas.

Figura 6

Canales de venta

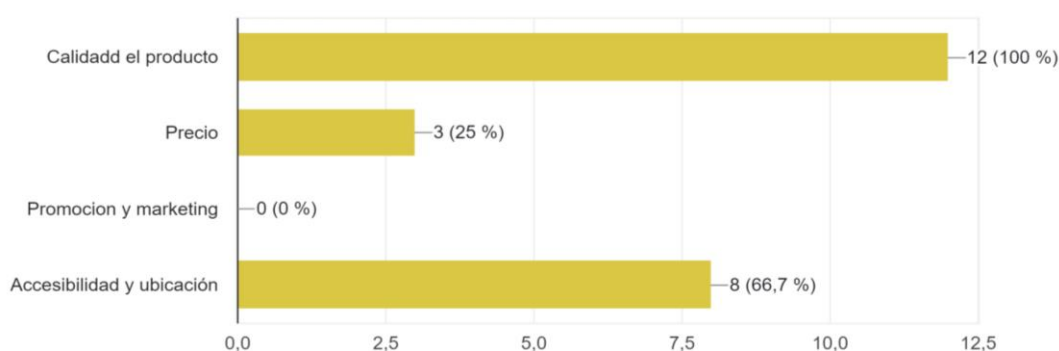


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

De acuerdo con los datos obtenidos, se determinó que las tiendas físicas 100% (12 encuestados) son el principal canal de venta considerando que los artesanos encuestados son personas mayores que no manejan redes sociales o ventas en línea con dispositivos móviles, seguido de eso está el turismo con el 100% (12 encuestados) ya que el turismo es una de las fuentes principales de venta en la mayoría del tiempo.

Figura 7

Factores que influyen en la venta de artesanías



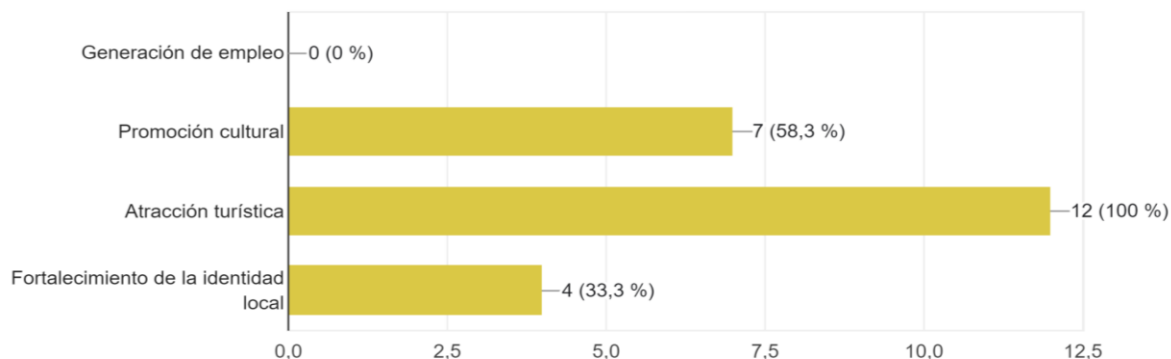
Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

Con los resultados obtenidos, se determina que el mayor componente de impacto que influye en un turista o visitante a la hora de comprar una artesanía es la calidad del producto con el 100% (12 encuestados), esto como un factor importante en el oficio artesanal ya que para la elaboración de una artesanía de forma tradicional hay un tiempo estimado, seguido de eso con un 66.7 % (8 encuestados) está la accesibilidad y ubicación, como se expresa anteriormente la

visibilidad de los artesanos es fundamental para la venta de artesanías y por último con un 25% (3 encuestados) se determina por el precio del producto ofrecido a los turistas o visitantes.

Figura 8

Contribución al desarrollo local

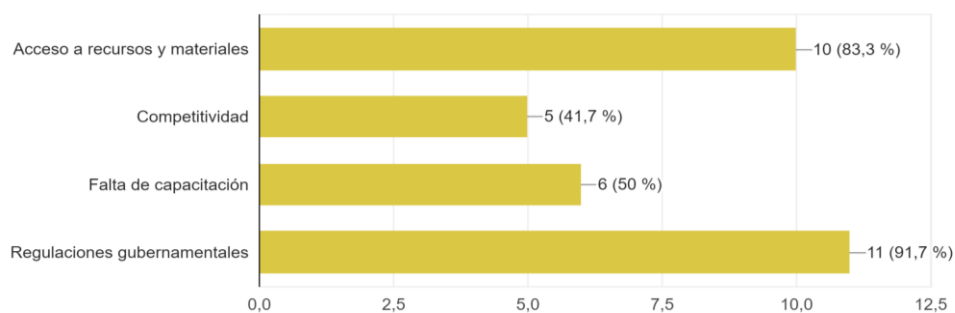


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

En la tercera fase de la encuesta se encuentran las preguntas enfocadas a las experiencias y desafíos que enfrentan los artesanos. Se Determinó que el 100% de la población encuestada (12 encuestados) afirman que la atracción turística es una de las principales contribuciones de desarrollo local para Guatavita, seguido de este con un 58.3% (7 encuestados) la promoción cultural es un factor importante ya que la artesanía permite mostrar la cultura de Guatavita y por último el fortalecimiento de la identidad local con un 33.3% (4 encuestados).

Figura 9

desafíos enfrenta como artesano



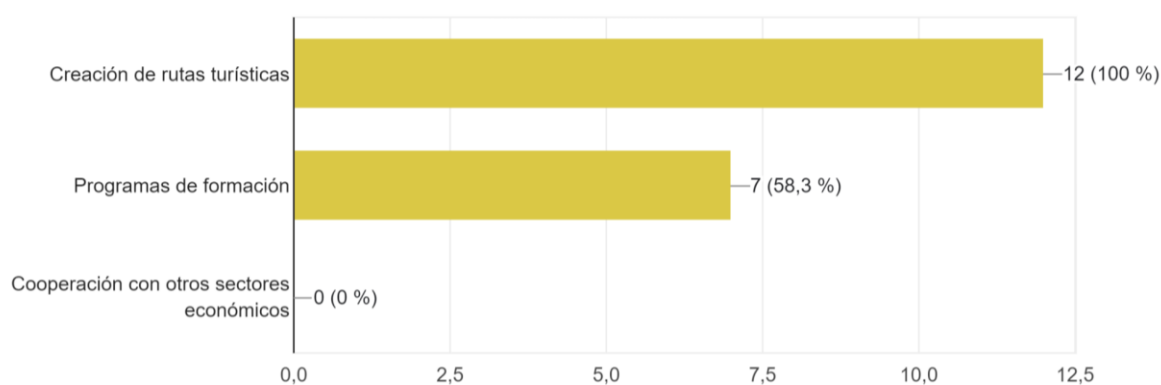
Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

Teniendo en cuenta la encuesta realizada, el 91.7% (11 encuestados) de los artesanos tiene el desafío de contar con las regulaciones gubernamentales, la atención, apoyo y compromiso con

el sector para garantizar el funcionamiento de corredor de los artesanos, el 83.3% (10 encuestados) de los artesanos tienen la dificultad de tener acceso a los recursos y materiales dentro del municipio para la elaboración de las artesanías, seguido de esto un 50% (6 encuestados) de los artesanos afirma que la falta de capacitación se vuelve un desafío para la venta de sus productos y finalmente un 41.7% (5 encuestados) nota competitividad en el sector dificultando la venta de los productos.

Figura 10

Oportunidades de mejora

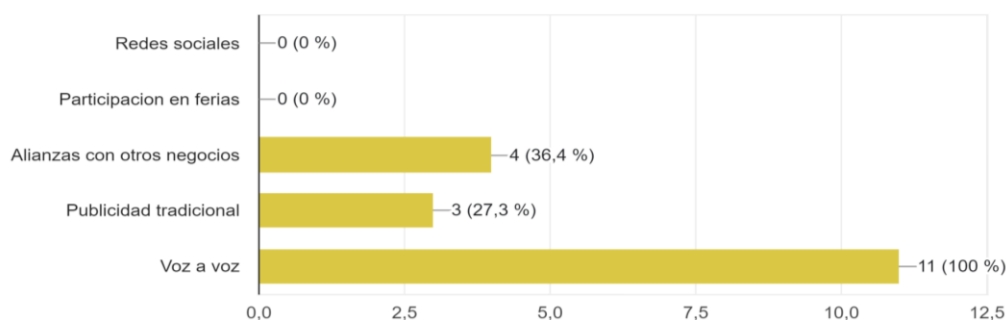


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

Por otro lado, el 100% de los encuestados (12 encuestados) afirma que la creación de rutas turísticas enfocadas al oficio artesanal, el proceso para la elaboración de una artesanía, pueden llegar a ser una oportunidad de mejora en iniciativas de desarrollo local y turístico, el 58.3% (7 encuestados) ve como una oportunidad tener programas de formación dónde se capaciten para aprender un nuevo oficio; también capacitaciones en servicio al cliente en atención al turista.

Figura 11

Estrategias de comercialización

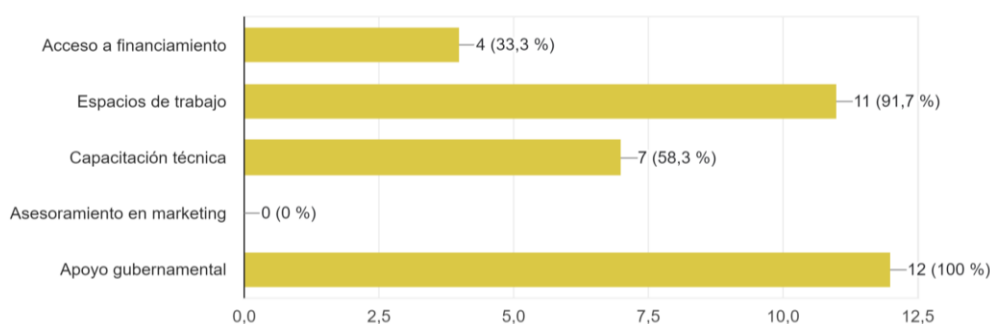


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

De los datos obtenidos en la última fase de la encuesta, el 100% de la población (11 encuestados) utiliza la voz a voz para la difusión de sus productos artesanales, seguido de esto el 36.4% (encuestados) tienen alianzas con otros negocios fuera del municipio para comercializar sus productos y un 27.3% (3 encuestados) utiliza la publicidad tradicional como anuncios impresos, volantes y carteles. Las redes sociales aún no son implementadas como una estrategia ya que los artesanos son personas adultas que no manejan un celular para promocionar las artesanías.

Figura 12

Apoyo para fortalecer la actividad artesanal

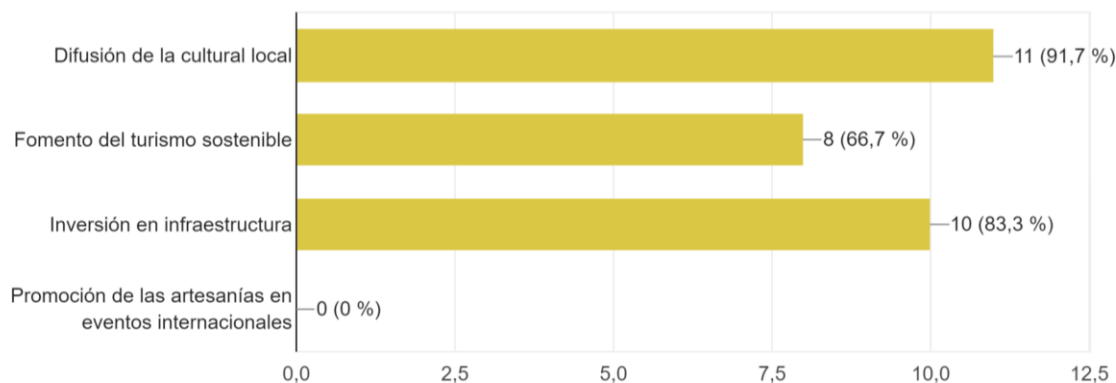


Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

El 100% (12 encuestados) de los artesanos demuestra que el apoyo gubernamental es uno de los más importantes para el fortalecimiento de la actividad artesanal en el municipio, el 91.7% (11 encuestados) de los encuestados, en la misma línea que lo anterior, el crear espacios de trabajo donde compartan diferentes conocimientos desde la comercialización de artesanías, materias primas y conocimientos de técnicas artesanales. el 58.3% (7 encuestados) va en la misma idea, la capacitación técnica de los oficios es indispensable para mantener los arraigos y tradiciones de cómo hacer una artesanía y por último, con un 33.35 (4 encuestados) los artesanos consideran un acceso a financiamiento para expandir el mercado o mejoramiento de las instalaciones donde tienen sus productos así como la participación en ferias artesanales.

Figura 13

Acciones para impulsar el desarrollo económico



Nota: Datos de los entrevistados; elaboración propia, (2024).

El 91.7% de los artesanos encuestados ve como una acción la difusión de la cultural local como un medio para impulsar el desarrollo económico, seguido con un 83.3% la inversión en una infraestructura donde todos los artesanos que hacen parte del corredor son bien establecidos y puedan contar con las condiciones necesarias para la demanda, y por último con un 66.7% el fomentar el turismo sostenible, recordando que el turismo sostenible o sustentable es la unificación de lo económico, social y ambiental.

De acuerdo con los resultados anteriores, se pudo evidenciar que los artesanos presentan en su totalidad desafíos similares como la falta de promoción para la comercialización de sus productos, también el apoyo en la gestión organizacional por parte de la alcaldía, la falta de los espacios y recursos para la elaboración de sus artesanías,

Según la percepción de las problemáticas que presentaron ellos, el apoyo que ellos necesitan es la capacitación por parte de cooperativas que ayuden al buen manejo de la atención a los turistas, también la parte económica y de recursos, como el tiempo estimado para la elaboración de las artesanías, donde se busca un producto de calidad y competitivo, pero por la falta de recursos ellos temen a la hora de comercializar su producto a los artesanos. Todas estas percepciones, desafíos y experiencias, ayudan a la generación de una estrategia integral que permita dar una solución a los desafíos anteriormente expuestos.

Objetivo 3: Estrategia integral - Modelo de clúster artesanal

Basado en el análisis de la recolección de la información en el objetivo 1 y 2 en los cuales primero se realizó la identificar los oficios artesanales y las necesidades de los artesanos para comprender el entorno, como segundo, se analizó la percepción de los artesanos sobre el

mercado actual de Guatavita, para identificar las oportunidades de mejora en el corredor artesanal. Después de este proceso se analizaron las necesidades, oportunidades y desafíos que tienen los artesanos del sector desde su perspectiva para así finalmente llegar a la propuesta del modelo de clúster para el corredor de los artesanos el cual buscará la colaboración entre los interesados como un medio para preservar las tradiciones de elaboración de artesanías, apropiación de la cultura y saberes que cada una de las personas posee y así la experiencia turística sea más enriquecedora y llamativa a la hora de visitar en municipio de Guatavita.

Dentro del modelo se va a encontrar en primera instancia las estrategias basadas en los diferentes pilares que se identificaron previamente en los dos primeros objetivos. Luego de esto, se encontrarán las condiciones para formar el clúster, es decir, lo que se debe tener en cuenta como primer paso para la conformación del clúster, seguido de eso para el diseño de este modelo se tuvo en cuenta el trabajo: “Formación de un clúster turístico para lograr ventaja competitiva de la ciudad Apastepeque” (Argueta, M., Saúl O, Vásquez R., 2013). El cual se tomó como adaptación a las condiciones de Guatavita. Este modelo tendrá 8 pasos y por último el mapa modelo del proceso del clúster.

Estrategias para el modelo clúster artesanal

La propuesta para establecer un modelo de clúster artesanal en la comunidad de Guatavita, Cundinamarca se basa en promover el mejoramiento turístico a través de la intervención local y la implementación de estrategias adecuadas a las necesidades actuales del sector. A continuación, se presentarán cuatro estrategias de implementación para las oportunidades de mejora del sector artesanal:

- **Promoción de la colaboración entre artesanos**

Mediante el análisis se determinó que cada uno de los artesanos se especializa en un oficio artesanal, no obstante, se puede dar el intercambio de los saberes para fomentar así el intercambio de conocimientos y técnicas que se pueden transferir en generaciones más jóvenes, es así como se proponen las siguientes dos estrategias:

- Facilitar espacios de encuentro y trabajo conjunto entre los diferentes tipos de artesanos (tejedores, ceramistas, orfebres, etc.) para fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias.

Organizar talleres y actividades de capacitación que promuevan la diversificación de habilidades y la creación de productos colaborativos que integren varias técnicas artesanales, estos talleres serían 2 veces por semana.

- **Creación de una red de comercialización local**

- Dado los resultados se cree necesario la creación de una red de comercialización local la cual establezca un sistema de distribución equitativo en los locales comerciales del corredor artesanal para garantizar una mayor visibilidad y acceso a todos los artesanos. En este caso a mediano o largo plazo.
- Fomentar la creación de una marca colectiva o sello de calidad que identifique los productos artesanales de Guatavita, destacando su autenticidad y valor cultural frente a los productos masificados, esto se realizará por medio de la cooperativa multimedia.

- **Apoyo institucional**

- Es indispensable la colaboración de las entidades gubernamentales en el caso de Guatavita sería la alcaldía y la secretaría de Turismo recreación y deporte para la mejora de infraestructuras y espacios de venta en el corredor artesanal.
- Facilitar el acceso a financiamiento y recursos para la adquisición de herramientas e insumos necesarios para la práctica artesanal, como la instalación de hornos para los alfareros.

- **Proyección a nuevas vivencias turísticas**

- Diseñar circuitos turísticos que incluyan visitas guiadas a talleres de artesanos, donde los turistas puedan conocer el proceso de elaboración de los productos y participar en actividades prácticas.
- Promover la oferta de productos artesanales únicos y personalizados como souvenirs auténticos que reflejen la identidad cultural de Guatavita.

- **Educación y sensibilización**

- Realizar campañas de sensibilización dirigidas tanto a la comunidad local como a los turistas sobre la importancia de apoyar y valorar la artesanía local como parte fundamental del patrimonio cultural de la región.
- Implementar programas de educación y formación dirigidos a los artesanos para fortalecer sus capacidades en áreas como gestión empresarial, marketing y desarrollo de productos.

Condiciones para la formación del Clúster Artesanal

- **Tener potencial turístico.**

Se debe contar con una zona geográfica adecuada con instalaciones turísticas atractivas y que estas tengan los elementos necesarios para atraer a los turistas, en el caso de Guatavita, las artesanías son un segmento importante cuando se realiza una visita, los souvenirs, recuerdos hechos en madera, tejidos y sus derivados puedan acoger el turista en su experiencia. Así como toda la señalización para el turista.

- **Recursos humanos**

Este es uno de los elementos más importantes en la formación de clúster artesanal, ya que son ellos mismos quienes van a dar las sugerencias para implementar, los planes de acción, como llevarlos a cabo e implementarlos.

- **Recursos financieros**

Un clúster artesanal requiere una inversión para desarrollar las actividades necesarias en el proceso. Para el caso Guatavita, las entidades gubernamentales serán las encargadas de patrocinar o suministrar la inversión para la conformación del clúster

artesanal también con ayuda de los mismos artesanos por medio de eventos como bazares realizados en conjunto.

- **Apoyo institucional**

Como una iniciativa el clúster debe estar apoyado por las instituciones afines a lo relacionado con la artesanía y el turismo. Acompañando y asesorando a los partidarios del clúster.

- **Instalaciones físicas**

Si es necesario, se deben crear uno o más espacios físicos de reunión durante el proceso de agrupación. Una vez determinado, se crearán condiciones de trabajo adecuadas. En este caso, la infraestructura del corredor de los artesanos debe estar en buenas condiciones y contar con los recursos necesarios para las reuniones.

- **Misión, visión**

Una vez teniendo la claridad de que es un clúster quienes lo van a conformar se debe tener en cuenta la creación de un nombre, un logo, una misión y visión del clúster.

Modelo de clúster artesanal

Hilos de Tradición: Turismo Tejido en Comunidades Artesanales

Objetivo del Clúster

Objetivo General:

- Potenciar el desarrollo del sector artesanal del municipio de Guatavita, Cundinamarca, gestionando los intereses generales y comunes de cada uno de los artesanos, unificando fuerzas, promoviendo la protección del patrimonio cultural existente.

Objetivos específicos:

- Establecer un programa de capacitación integral para los artesanos locales, que abarque técnicas tradicionales y contemporáneas, con el fin de fortalecer sus habilidades y conocimientos y mejorar su competitividad en el mercado.
- Crear una plataforma de comercialización en línea que permita a los artesanos de Guatavita exhibir y vender sus productos a nivel nacional, facilitando el acceso a nuevos clientes y mercados, y generando mayores oportunidades de ingresos para la comunidad artesanal.
- Diseñar un plan de conservación y promoción del patrimonio cultural del municipio, que incluya la identificación y protección de técnicas, materiales y diseños tradicionales utilizados por los artesanos locales.

Pasos para la conformación del Clúster Artesanal***2.1 Integración del grupo:***

La cooperativa Multiactiva será responsable de identificar y motivar a los artesanos a participar en esta iniciativa a través de reuniones informativas para la conformación del clúster artesanal.

2.2 Realizar reuniones de formación clúster artesanal

Las reuniones como primer paso serán las encargadas de hacer un llamado a los artesanos para la integración del clúster, así como entender cuál es la dinámica de este y todas las condiciones que se deben tener en cuenta. Algunas de las sugerencias para organizar una reunión del Clúster artesanal:

- Invitar a todos los artesanos identificados.
- Persona o entidad líder para las primeras reuniones.
- Centrarse en los temas clave de preocupación que se han identificado.
- Elija la ubicación adecuada en términos de acceso, espacio, comodidad y ventilación.

- Preparar materiales para los participantes (folletos) para proporcionar información adicional.
- Elaborar formatos u hojas de cálculo para que los participantes registren información que quieran saber, inquietudes y datos de interés para el moderador de la sesión.

2.3 Inscripción de los artesanos que harán parte del clúster artesanal

Luego de las reuniones informativas, del conocimiento de todo lo que implica la conformación de un clúster, los artesanos que quieran participar en este proyecto deberán registrarse según el formulario aprobado por el comité organizador. (Este formato debe incluir detalles generales, servicios prestados, tipo de local).

Figura 14*Ficha de inscripción al clúster*

ESCUDO DE GUATAVITA	FICHA DE INSCRIPCIÓN AL CLÚSTER ARTESANAL DE GUATAVITA, CUNDINAMARCA	LOGO DE CLÚSTER
<p style="text-align: right;">FICHA N°: _____</p> <p style="text-align: right;">FECHA _____</p> <p>DATOS GENERALES</p>		
Nombre de la empresa o local		
Nombre del representante		
Dirección		
Teléfono		
<p>DATOS ESPECIFICOS DE LA EMPRESA</p> <p>Local: _____</p> <p>Propietario: Si ___ No ___</p> <p>Alquilado: Si ___ No ___</p>		
<p>SERVICIOS QUE OFRECE:</p> <p>(Artesanía y oficio artesanal que vende o realiza)</p>		
<p>Habiendo leído los términos que requiere la integración y estando completamente de acuerdo con todos ellos.</p> <p>FIRMA: _____</p> <p style="text-align: center;">Integrante</p> <p>FIRMA: _____</p> <p style="text-align: center;">Representante del clúster</p>		

Nota: Adaptado de (Osmaro et al., 2013)**2.3.1 Identificación de los artesanos participantes.**

En el modelo del Clúster artesanal para Guatavita, participarán 12 artesanos, que se encuentran ubicados en la plaza de los artesanos y que llevan más de 20 años viviendo en Guatavita, Cundinamarca, Tienen como profesión la producción de artesanías.

Una vez identificadas las personas que formarán parte del clúster, se hará una lista en general, luego se categorizaron las actividades específicas que desarrolla cada uno. Este proceso de investigación describe los actores que deberían formar parte del clúster y los productos artesanales que han sido reconocidos de alguna manera como pertenecientes a la comunidad de Guatavita.

Tabla 7

Actores del clúster

Personas o entidades	Oficio artesanal
Elizabeth Acosta	Piedras en murano
Castillo Luz Mery	Tejido
Julio Enrique	Piedras en murano
Julio Rozo	Alfarero
Constanza Maldonado Chauta	Piedras en murano
Norbey Gómez	Orfebrería
Pablo Maldonado	Alfarero
Hadad Estrada Maria Fernanda	Tejido
Jaime Enrique Cortez Garzón	Cerámica
Vicky Yaneth Martínez Soscuá	Tejido
Yessica Dayana Serrano Contreras	Tejido
Ana Galdis Barahona	Cerámica
Secretaria de turismo, cultura y deporte	N.A
Cooperativa multimedia	N.A

Nota: Nombres y oficios de los artesanos; elaboración propia, (2024).

3.0 Posibles alcances

Las posibles personas miembros del clúster artesanal identificarán los beneficios que esperan obtener de ser parte de este modelo de colaboración, entre ellos:

- Reconocimiento de sus productos artesanales como únicos hechos a mano.
- Incremento de ingresos
- Innovación en sus productos
- Especialización de la fuerza laboral a través de capacitación
- Incremento de la competitividad
- Reducción de costos de materias primas

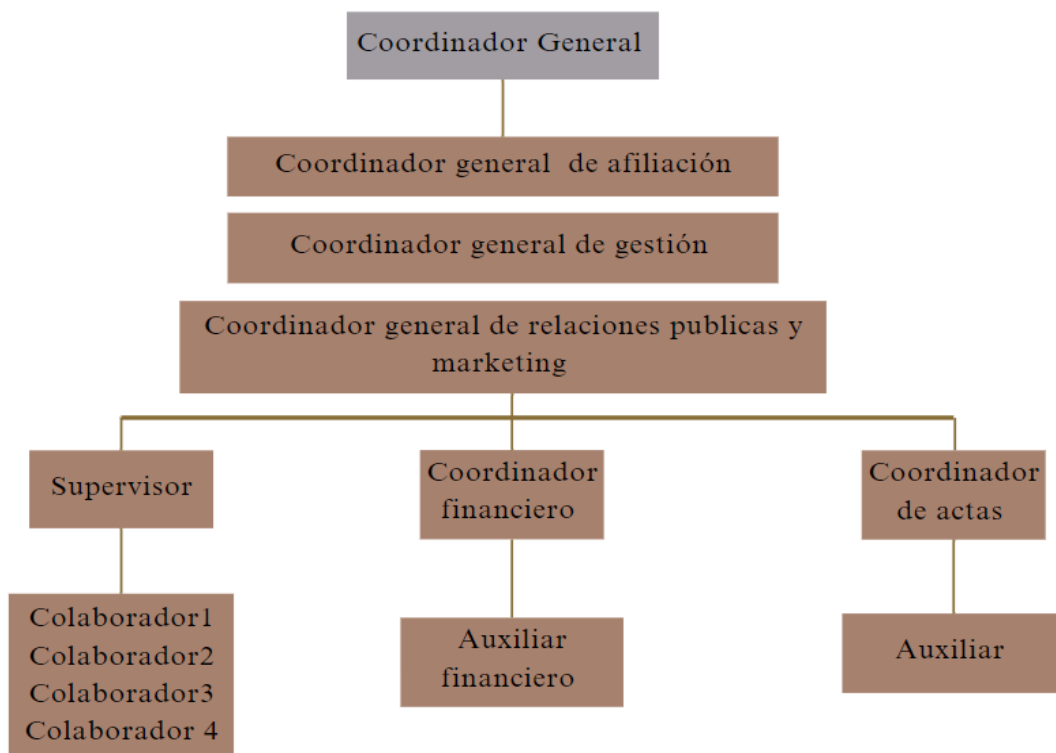
3.1 Formación de la estructura organizativa del clúster

Una vez convocados en asamblea general, los miembros del clúster artesanal elegirán una junta directiva que garantizará la representación de todos los subsectores empresariales y gestionará y representará los intereses de la organización.

El Consejo de Administración estará compuesto por un mínimo de siete y un máximo de quince miembros, siendo en todo caso un número impar de miembros. La siguiente tabla muestra la estructura organizativa del clúster artesanal:

Figura 15

Estructura organizativa del clúster artesanal



Nota: Adaptado de (Osmaro et al., 2013)

3.2 Planificación de labores dentro del clúster

Es necesario tener un tablero estratégico en el cual se describen las posibles actividades a realizar y que integrantes del clúster van a ser los responsables, las estrategias vendrán recopiladas de acuerdo con la misión y visión del clúster.

3.3 Plan de acción

Crear un Plan de Acción para implementar de acuerdo con las estrategias e identificar los plazos y recursos necesarios.

Puede utilizar un diagrama de Gantt o un diagrama de actividades como herramienta. Es importante que cada acción estratégica sea descrita detalladamente, sin omitir los elementos verdaderamente necesarios, así como los responsables de llevar cada actividad teniendo en cuenta el plazo (corto, mediano y largo).

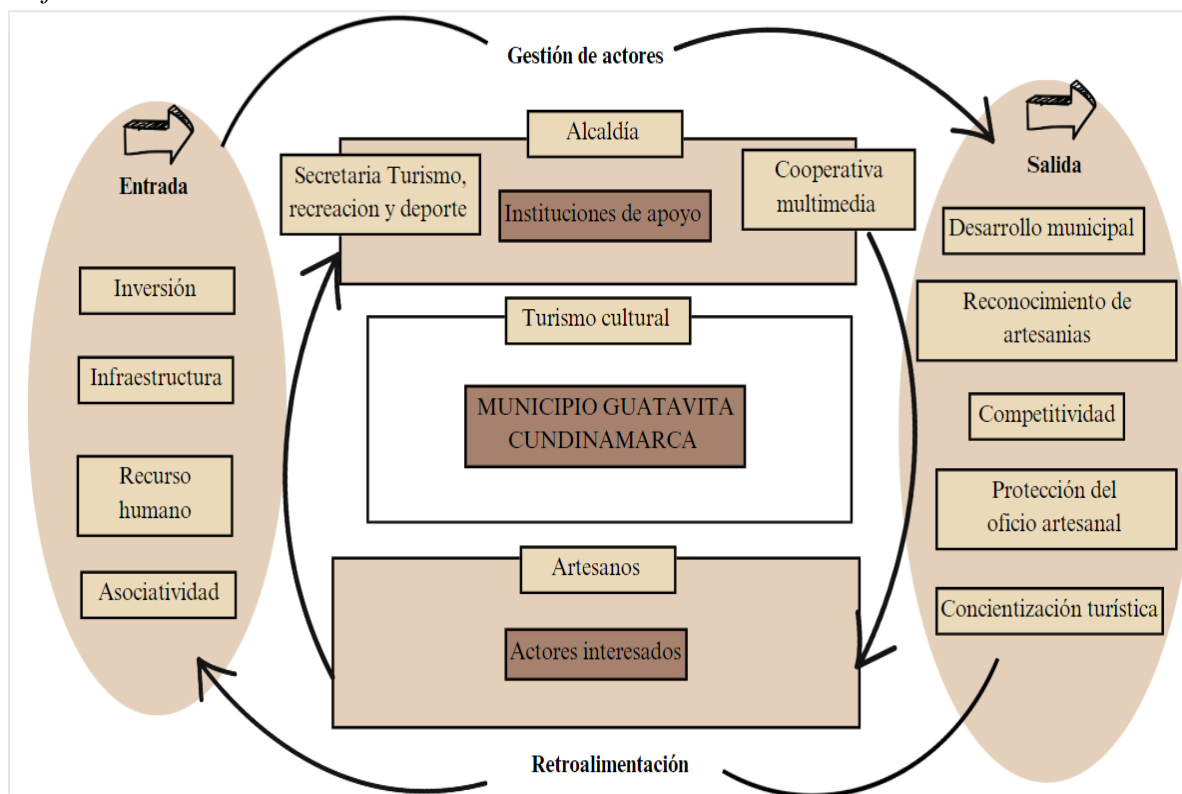
3.4 Posible Presupuesto

El presupuesto será utilizado para ejercer las siguientes funciones en la medida en que el clúster se lleve a cabo. En primer lugar, contar con una infraestructura adaptada a las necesidades de los artesanos y de turistas (señalización, espacios de acondicionamiento de espacio de trabajo comunitario, mejoras en la infraestructura existente). También los materiales se deben tener en cuenta en el posible presupuesto (herramientas y equipos para la producción artesanal), contar con el diseño de una página web donde se publicarán las diferentes artesanías hechas a mano, por último, presupuestar las capacitaciones en talleres como Marketing y ventas, servicio al cliente.

4. Mapa de proceso

Figura 16

Gráfico clúster artesanal



Nota: Proceso del clúster; elaboración propia, (2024).

Conclusiones

La presente investigación tuvo como primer objetivo identificar los oficios artesanales y las necesidades de los artesanos. Para así comprender la dinámica actual en el corredor artesanal, donde se evidenció que en este momento tiene una serie de obstáculos para mantener vivas sus tradiciones. Esto visto desde diferentes caras como la falta de instrumentos adecuados, como hornos y espacios de trabajo adaptados como es el caso de las personas que son de orfebrería, otra de las caras es la materia prima, en el caso de la tejeduría es difícil conseguir la lana en la zona de Guatavita ya que no hay rebaño de ovejas y deben desplazarse hacia otros municipios haciendo más elevado el costo de los materiales y por ende en el producto final, en la misma línea todas las piedras utilizadas para la creación de collares y accesorios. Además, la competencia que están teniendo actualmente de productos masificados sin valor cultural, ha debilitado estos oficios ancestrales. Además, la distribución desigual en los locales comerciales

ha generado inconformidad entre los artesanos, evidenciando la necesidad de apoyo institucional para mejorar la visibilidad y expandir la actividad artesanal en el municipio.

En cuanto al análisis de la percepción de los artesanos en el mercado de Guatavita Cundinamarca, se identificó que ha arrojado una serie de desafíos compartidos que requieren atención urgente. La falta de promoción para la comercialización de sus productos, la carencia de apoyo organizacional por parte de la alcaldía, y la escasez de espacios y recursos para la elaboración de sus artesanías son algunos de los obstáculos identificados. Sin embargo, también se ha evidenciado unas oportunidades de mejora y una clara voluntad por parte de los artesanos, quienes señalan la necesidad de capacitación en gestión empresarial y atención al cliente, así como de apoyo económico y logístico para garantizar la calidad y competitividad de sus productos. Estas percepciones y experiencias compartidas son fundamentales para la generación de una estrategia integral que aborde los desafíos identificados. Al comprender las necesidades y aspiraciones de los artesanos, se abre la oportunidad de implementar medidas concretas que fortalezcan el corredor artesanal de Guatavita, promoviendo el enriquecimiento cultural y económico de la comunidad local.

Como último objetivo se propuso una estrategia integral que promoviera el turismo artesanal para la creación de redes de colaboración entre actores locales. Se puede decir que se fundamenta en mejorar el turismo local mediante la intervención comunitaria y la implementación de estrategias adaptadas a las necesidades actuales. Se han delineado estrategias para abordar las oportunidades de mejora en el sector artesanal, cada una dirigida a potenciar la colaboración entre los artesanos, crear una red de comercialización local, obtener apoyo institucional y proyectar nuevas experiencias turísticas. La integración del grupo, la inscripción de los artesanos participantes, la formación de la estructura organizativa del clúster y la planificación detallada de las labores a realizar son pasos clave para la conformación y funcionamiento efectivo del clúster artesanal. Además, se han delineado posibles alcances, respaldado por un presupuesto que provendrá tanto de la actividad turística local como de inversiones por parte de entidades gubernamentales. Con esta propuesta integral, se busca no solo fortalecer la actividad artesanal en Guatavita, sino también potenciar su papel como motor de desarrollo económico y cultural en la región.

Dando cumplimiento al objetivo general tras comprender la dinámica del mercado artesanal en Guatavita, Cundinamarca y proponer una estrategia para impulsar el desarrollo turístico en el

corredor artesanal, se puede concluir que se ha logrado un avance significativo en la promoción y fortalecimiento de la actividad artesanal local. La investigación ha permitido identificar los desafíos y oportunidades del mercado, así como las necesidades de los artesanos. La estrategia propuesta, centrada en la colaboración entre artesanos, la creación de una red de comercialización local, el apoyo institucional y la proyección de nuevas vivencias turísticas, tiene el potencial de generar un impacto positivo en la economía local y en la conservación del patrimonio cultural. Al comprender la dinámica del mercado y diseñar una estrategia integral, se sientan las bases para un desarrollo turístico sostenible y la promoción de la rica herencia artesanal de Guatavita, contribuyendo así al crecimiento y la prosperidad de la comunidad.

Recomendaciones

La primera recomendación de este trabajo es que la Cooperativa Multimedia se encuentra interesada en poner en marcha el modelo de clúster turístico en el municipio de Guatavita, Cundinamarca debido a que, en el plan de desarrollo turístico de Guatavita 2022-2032 se menciona la creación del clúster general para el municipio por lo anterior se contempló en primera instancia el modelo de clúster como una posible prueba piloto para dar paso a la propuesta general del municipio. El modelo de clúster artesanal comienza como la propuesta para promover las artesanías y generar mejor o mayor presupuesto para esta actividad. De esta manera, hacer parte de la construcción del plan de desarrollo integral en pro de mejorar las diferentes falencias que ha venido teniendo el municipio.

En segunda instancia, por medio del clúster se puede generar un proyecto atendiendo a una de las sugerencias y necesidades de los artesanos como es la construcción de una ruta artesanal que cuente con la elaboración e historia de cada uno de los oficios artesanales. La ruta debe contar con el apoyo gubernamental y debe estar estructurada de una forma en la que los artesanos sean los encargados de llevar los procesos a cabo sin que haya personas externas.

Los artesanos cuentan con el conocimiento de todo lo relacionado con el oficio artesanal y la historia de las practicas manuales para la creación de las artesanías, esto visto como una fortaleza para desarrollar esta estrategia de clúster como un mecanismo de protección a sus saberes y perdurabilidad en el tiempo, así como la puesta en valor de lo mencionado anteriormente. Finalmente se recomienda abrir espacios y presupuesto para que los artesanos del municipio hagan parte de los diferentes eventos que se realizan a nivel local, regional y

nacional que permita el reconocimiento de la labor de los artesanos y la influencia en el sector turístico, así como la preservación de los saberes y el patrimonio cultural.

Bibliografía

- Alicia Hamui, M. R. (2013). *La técnica de grupos focales*. Redalyc.org.<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Álvarez, P. (2015, septiembre 17). *El artesano (The Craftsman), Richard Sennett*. No solo técnica. <https://blogs.upm.es/nosolotecnica/2015/09/17/el-artesano-the-craftsman-richard-sennet/>
- Andrade, E. (s. f.). *GUATAVITA*. Marcacundinamarca.com. Recuperado 7 de marzo de 2024, de <https://marcacundinamarca.com/guatavita/>
- Argueta, O., Marquina, E., & Vásquez, O. (2013). *Clúster artesanal* [UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR]. <https://opac.biblioteca.ues.edu.sv/vufind/Record/35366>
- Arias, E. G. (s. f.). *UNIDAD 3 EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN*. Recuperado 11 de marzo de 2024, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/bachillerato/documentos/LEC7.2.pdf
- Barrios, C., & Gómez, J. (s. f.). *Diseño de rutas para el municipio de Guatavita* [Universidad de los Andes]. Recuperado 29 de febrero de 2024, de <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/cbeb3e87-8bee-4dfc-a5f6-7ecf526c41e1/content>
- Benavides, L. A., & Redondo, A. C. (2021). Estrategias de comercialización para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales. *Revista Habitus: Semilleros de investigación*, 1(1), e11899. <https://doi.org/10.19053/22158391.11899>
- Bolívar, E. (2004). *La artesanía: patrimonio vivo de nuestras culturas* [Universidad de Antioquia].<https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/193/laartesaniapatrimoniovivodenuestrasculturas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bonell, F. E., & del Mármol Cartañá, C. (2021). Patrimonio cultural inmaterial: enfoques, gestión y desafíos. *Revista Pasos*, 29, 309–3026. https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita29/PSEdita29_17.pdf
- Cardozo, M. A. L., Vanegas, D. C. L., & González, K. T. T. (2020). *Propuesta para la creación*

de un Clúster que genere la reactivación del Sector Turístico en el Municipio de La Macarena - Meta [universidad cooperativa de Colombia].
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/881dead7-b358-43bb-873b-723337879cc2/content>

Cerrano, A. M. (2008). *Los clusters en el contexto colombiano: una mirada desde la perspectiva política al tipo de relación existente entre el proceso económico desarrollado por los clusters y las posibilidades que se generan en la gobernabilidad de un territorio* [pontificia universidad javeriana].
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7822/tesis136.pdf;jsessionid=5423FF1D63CEDEFB7CB2AE0B8899F2F6?sequence=1>

Comunicaciones. (2020, agosto 20). *Patrimonio Cultural Inmaterial de Colombia*. Facultad de Artes y Humanidades | Universidad de los Andes | Colombia; Facultad de Artes y Humanidades - Universidad de los Andes.
<https://facartes.uniandes.edu.co/patrimonio/inmaterial/manifestaciones/>

Corredor, J. (2017, mayo 27). Vista de Iniciativas de clúster para el fortalecimiento de la competitividad en el Departamento de Norte de Santander: Casos de turismo de salud y Sistema Moda. *Nº 29*, 54-66.

Domínguez, R. (2001). *la creación de clusters turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos: una aplicación a las rías bajas gallegas*.
https://www.researchgate.net/publication/242560157_la_creacion_de_clusters_turisticos_como_instrumento_para_la_mejora_competitiva_de_los_destinos_una_aplicacion_a_las_rias_bajas_gallegas

Espitia, L. (2021). *Importancia del desarrollo de un clúster alfarero en el mejoramiento de la competitividad del sector en Sogamoso* [universidad Santo Tomas].
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/35165?show=full>

Freitag, V., & del Carpio Ovando, P. S. (2016). Memorias del oficio artesanal: un estudio con alfareros tonaltecas. *Scielo*, 37.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292016000600243#:~:text=El%20artesano%2C%20en%20t%C3%A9rminos%20generales,P%C3%A9rez%20Toledo%201999%2C%2053

Gasca, C. (2015). *TALLERES DE DISEÑO Memoria textual*. Artesanías de Colombia S.A.
<https://repositorio.artesaniadescolombia.com.co/bitstream/001/3803/6/INST-D%202015.%20154.%205.pdf>

Guevara, J. E. (2021, abril 16). *Planes para Hacer en Guatavita*. encolombia.com.
<https://encolombia.com/turismo/destinos-turisticos/destinos-colombianos/cundinamarca/turismo-en-guatavita/>

Herrera, N. E. (1989). *Listado general de los oficios artesanales*. Artesanías de Colombia.

<https://artesaniasdecolombia.com.co/trazaartesanal/documentos/artesanias-colombia-listado-oficios.pdf>

La artesanía colombiana. (2003). *artesanías de Colombia, s.a.* Ministerio de Comercio

Industria y Turismo.
<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/1724/1/INST-D%202003.%2012.pdf>

Montaño-Arango, O., Corona-Armenta, J. R., Garnica-González, J., Niccolas-Morales, H.,

Martínez-Castelán, P., & Ortega-Reyes, A. O. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un clúster turístico regional de naturaleza sustentable. *Economía Sociedad y Territorio*, 12(39), 493–525.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212012000200009

Moreno, E. L. C. (s. f.). *Serie documental de la riqueza cultural de nuestro país, en manos de*

nuestros artesanos [Universidad Javeriana]. Recuperado 4 de marzo de 2024, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5760/tesis839.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Morgan Medina, J. C., Cuamea Velázquez, O., & Estrada Gaxiola, A. R. (2020). Las

dimensiones teóricas del clúster y su aplicación al turismo médico. *Interações (Campo Grande)*, 559–575. <https://doi.org/10.20435/inter.v21i3.2251>

Observatorio Cultural CNCA. (2008). *Hacia una noción de artesanía para el Consejo*

Nacional de la Cultura y las Artes. Consejo Nacional de la cultura y las artes.
https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/10/definiciones_artesania.pdf

Ortiz Flórez, J. S., Cancino, S. E., & Cancino Escalante, G. O. (2019). Potencialidad del clúster

turístico en el municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Turismo y sociedad*, 26, 111–125. <https://doi.org/10.18601/01207555.n26.05>

Pacheco, G. J. A. (2017). Creación de un clúster turístico cultural en Michoacán. *TURYDES:*

Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, 10.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7911071>

Panesso, R. J. (2003). Apuntes sobre los clústers turísticos. *Turismo y sociedad*, 2, 35–46.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2206>

PLAN DESARROLLO TURISTICO 2022-2032. (2022). Alcaldía Municipal de Guatavita.

<https://www.guatavita-cundinamarca.gov.co/normatividad/acuerdo-no-16-plan-desarrollo-turistico>

Rodríguez, K., & Vera, G. (2017). *Análisis para creación de un clúster artesanal en guayaquil para la exportación a la unión europea conforme al acuerdo multipartes [UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL]*.
<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/da0bc222-b9e3-4e32-876f-95504d5ce008/content>

Rodríguez Villamil, C. E., & Frías Martínez, A. M. (2015). *Turismo artesanal una mirada al patrimonio cultural colombiano*. [Bogotá]: Artesanías de Colombia, 2015.
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/3397>

Salamanca, H. E. C. (Ed.). (2017). *Investigación cualitativa* (Vol. 1). Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3556/Investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

Secretaría de Turismo. (2015, verano 5). Turismo Cultural. *Gob.mx*.

<https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Solís, L. D. M. (2020, mayo 19). *Entrevistas semiestructuradas en investigación cualitativa*.

Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/entrevistas-semiestructuradas-en-investigacion-cualitativa-entrevista-focalizada-y-entrevista-semiestandarizada/>

Soto, S. I. (2013). El concepto de patrimonio inmaterial. , *Cuadernos de Etnología y Etnografía de Navarra*, 88, 121–124. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4602811.pdf>

Terry, G. R. (2022, marzo 12). *Turismo cultural en sinergia con el territorio*. LinkedIn.com.

https://es.linkedin.com/pulse/turismo-cultural-en-sinergia-con-el-territorio-terryconsultores-com?trk=public_post

Terry., J. R. (2019, mayo 20). Cultura y patrimonio: pilares del turismo cultural.

Terryconsultores. <https://www.terryconsultores.com/cultura-patrimonio-y-turismo-cultural/>

Tresserras, J. (s. f.). *El rol de la artesanía en el turismo cultural y creativo*. Recuperado 5 de

marzo de 2024, de https://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/artesania/congres_artesania/congres_artesania_2021/presentacions_ii_congres_artesania/II-Congres-Artesania-JORDI-TRESSERRAS-Rol-artesania-en-el-turisme-experiencial-i-creatiu.pdf

TURISMO ARTESANAL. (2013, enero 11). Medievalessartesanos.com.

<https://blog.medievalesartesanos.com/index.php/turismo-artesanal/>

Turismo y cultura. (s. f.). Unwto.org. Recuperado 7 de marzo de 2024, de

<https://www.unwto.org/es/turismo-y-cultura>

Varisco, C. (2004). El cluster turístico de Miramar. *Aportes y Transferencias*, 8(2), 61–88.

<https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/290/>

Anexos

Anexo 1

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

PROGRAMA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Esta entrevista es diseñada y realizada por una estudiante de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca como parte de su trabajo de grado la cual consta de 9 preguntas.

El objetivo de esta entrevista es identificar las necesidades, desafíos y oportunidades de desarrollo de la comunidad de artesanos en Guatavita, Cundinamarca, con el fin de diseñar estrategias para fortalecer la actividad económica y promover su integración en iniciativas de desarrollo local y turístico. El origen de la información obtenida será completamente confidencial y no compromete de ninguna manera a las personas que participen.

Desafíos

1. ¿A qué oficio artesanal se dedica?
2. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como artesanos en Guatavita para mantener y promover sus oficios tradicionales?
3. ¿Qué barreras enfrentan para integrarse en iniciativas de desarrollo local y turístico?
4. ¿Qué obstáculos enfrentan los artesanos al intentar comercializar sus productos a los turistas?

Necesidades

5. ¿Qué tipo de apoyo necesitan para mejorar y expandir sus actividades artesanales?
6. ¿Considera que el corredor de los artesanos está bien distribuido/ organizado para llevar a cabo la visita de turistas?

Oportunidades

7. ¿Cómo ve usted el papel de la artesanía local en el desarrollo económico y turístico de Guatavita?
8. ¿Existe alguna iniciativa o esfuerzo comunitario para apoyar a los artesanos y promover el desarrollo del turismo en la zona?
9. ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comercialización y promoción de sus productos artesanales?

Anexo 2

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

PROGRAMA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Esta encuesta está diseñada y realizada por una estudiante de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca como parte de su trabajo de grado la cual consta de 16 preguntas.

El objetivo de esta encuesta es analizar las percepciones y experiencias de los artesanos locales de Guatavita en relación con el mercado de productos artesanales y el desarrollo local y turístico de la región. El origen de la información obtenida será completamente confidencial y no compromete de ninguna manera a las personas que participen.

Encuesta: Percepciones y Experiencias de Artesanos Locales en Guatavita

Datos Demográficos:

1. Edad:
 - Menor de 18 años
 - 18-30 años
 - 31-45 años
 - 46-60 años
 - Más de 60 años
2. Género:
 - Masculino
 - Femenino
 - Otro
3. Experiencia como artesano (años):

- Menos de 5 años
- 5-10 años
- 11-20 años
- Más de 20 años

Percepción del Mercado de Productos Artesanales:

4. ¿Cómo describirías el mercado de productos artesanales en Guatavita?

- Estable
- Creciente
- Decreciente
- Inestable

5. ¿Qué tendencias has observado en la demanda de productos artesanales en los últimos años?

- Aumento
- Disminución
- Estabilidad
- Variabilidad

6. ¿Cuáles son los productos artesanales más demandados en el municipio?

- Joyería
- Cerámica
- Textiles
- Esculturas
- Otro (especificar)

7. ¿Qué canales de venta son más efectivos para los artesanos locales?

- Tiendas físicas
- Ferias locales
- Venta en línea
- Turismo
- Otro (especificar)

8. ¿Qué factores crees que influyen más en el éxito de la venta de productos artesanales en Guatavita?

- Calidad del producto
- Precio
- Promoción y marketing
- Accesibilidad y ubicación

Experiencias y Desafíos en el Desarrollo Local y Turístico:

9. ¿Cómo crees que la actividad artesanal contribuye al desarrollo local de Guatavita?

- Generación de empleo
- Promoción cultural
- Atracción turística
- Fortalecimiento de la identidad local

10. ¿Has notado algún impacto del turismo en la demanda de productos artesanales?

- Sí
- No

11. ¿Qué desafíos enfrenta como artesano en relación con el desarrollo local y turístico de la región?

- Acceso a recursos y materiales
- Competencia
- Falta de capacitación
- Regulaciones gubernamentales

12. ¿Qué oportunidades ve para mejorar la integración de la actividad artesanal en iniciativas de desarrollo local y turístico?

- Creación de rutas turísticas
- Programas de formación
- Apoyo gubernamental
- Cooperación con otros sectores económicos

Estrategias y Necesidades de Desarrollo:

13. ¿Qué estrategias utilizas para promover y comercializar tus productos artesanales?

- Redes sociales
- Participación en ferias
- Alianzas con otros negocios
- Publicidad tradicional

14. ¿Qué tipo de apoyo consideras necesario para fortalecer la actividad artesanal en Guatavita?

- Acceso a financiamiento
- Espacios de trabajo
- Capacitación técnica
- Asesoramiento en marketing

15. ¿Qué acciones crees que podrían impulsar el desarrollo económico de los artesanos locales y la región en general?

- Difusión de la cultura local
- Fomento del turismo sostenible

- Inversión en infraestructura
- Promoción de la artesanía en eventos internacionales

Comentarios adicionales:

16. ¿Hay algún otro aspecto relacionado con el mercado de productos artesanales, el desarrollo local o turístico que consideres relevante y que no haya sido mencionado en esta encuesta?

Anexo 3**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA****PROGRAMA DE TURISMO****FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Este Grupo focal está diseñado y realizado por una estudiante de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca como parte de su trabajo de grado la cual consta de 16 preguntas.

El objetivo de esta Grupo focal es fomentar la creación de un clúster artesanal en Guatavita, Cundinamarca, mediante la socialización y el trabajo colaborativo entre artesanos locales, autoridades municipales y otros actores clave, con el fin de promover el desarrollo económico sostenible, la preservación cultural y el fortalecimiento de la identidad local en la región. El origen de la información obtenida será completamente confidencial y no compromete de ninguna manera a las personas que participen.

Introducción:

- ¿Qué significa para ustedes el concepto de "clúster artesanal"?

Conocimiento del entorno:

- ¿Qué características destacadas tiene Guatavita que podrían favorecer el desarrollo de un clúster artesanal?
- ¿Cuáles son las principales actividades artesanales que ya existen en Guatavita?
- ¿Qué recursos o conocimientos culturales e históricos podrían ser aprovechados para impulsar este clúster?

Identificación de actores clave:

- ¿Quiénes creen que deberían ser los actores principales en la creación y gestión de este clúster?
- ¿Qué papel podrían desempeñar las autoridades locales, los artesanos individuales, las asociaciones, entre otros?

Desafíos y oportunidades:

- ¿Cuáles consideran que son los mayores desafíos para la creación de un clúster artesanal en Guatavita?
- ¿Qué oportunidades ven ustedes en el desarrollo de este clúster para la comunidad local?
- ¿Cómo podrían superarse los obstáculos identificados y aprovechar al máximo las oportunidades disponibles?

Fomento del trabajo colaborativo:

- ¿Cómo creen que podrían colaborar los diferentes actores para fortalecer este clúster?
- ¿Qué estrategias proponen para promover la cooperación entre los artesanos, las instituciones y otras partes interesadas?
- ¿Qué beneficios esperan obtener de trabajar en conjunto en el marco de este clúster?

Planificación y acciones futuras:

- ¿Qué acciones concretas consideran necesarias para iniciar la creación de este clúster artesanal?
- ¿Cuáles serían los primeros pasos para seguir una vez finalizado este grupo focal?
- ¿Cómo podríamos mantener la comunicación y el seguimiento de las iniciativas relacionadas con el clúster después de este encuentro?

Anexo 4.

