

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 17

21.1

FECHA	viernes, 2 de diciembre de 2022
--------------	---------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor (Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
CANTOR GUERRERO	MAYERLY	1007664958

Director (Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
ESCOBAR CAZAL	ELIZABETH ANN
VELÁSQUEZ ARDILA	MARÍA CRISTINA

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 17

TÍTULO DEL DOCUMENTO
DIAGNÓSTICO DEL TURISMO CULTURAL EN NIÑOS DE PRIMARIA. CASO COLEGIO FUNDACIÓN MANUEL AYA, FUSAGASUGÁ.


SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN	
INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
18/11/2022	111

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
Turismo	Tourism
Cultura	Culture
Patrimonio Cultural	Cultural Heritage
Identidad Cultural	Cultural Identity
Educación para niños	Education for Kids

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)
ACERANZA, Miguel Ángel. Administración del turismo: Conceptualización y organización. [en línea]. Ciudad de México, México: Trillas SA, 1991. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-24-4169-2. Disponible en: https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-de-palermo/introduccion-a-hoteleria-y-turismo/aceranza-el-turismo-aspecto-conceptual/16315906
ALAN NEILL David y CORTEZ SUARÉZ Liliana. En: Procesos Fundamentos de la Investigación Científica. [En línea]. Editorial Utmach. 2018 [Consultado el 21 de Septiembre, de 2018]. Capítulo 4. Disponible en

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 17

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

ALCAÍN, José Antonio. La tradición [en línea]. Bilbao: Universidad de Deusto, 1998. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=338YKZSe1RsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

BAUMAN, Zygmunt. Identidad. Traducido por Daniel SARASOLA. España: LOSADA, 2018. 212 p. ISBN 9789500393997

BARRETO, Margarete. Turismo e Legado Cultural. Reseña por CULTUR revista de cultura e turismo. Campinas: Papyrus. 2008. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115417706005>

BARTONCELLO, Rodolfo. Turismo y Territorio. Otras Prácticas, Otras Miradas. En: Revista Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Centro de Investigaciones Turísticas. [en línea]. 2002, pp.29-50. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/259/> ISSN 0329-2045.

BAQUERO, J. Cogestor Líder Nivel Nacional Programa Colegios Amigos del Turismo 2019. [s.l.], 2020.

BBC News Mundo. Los colombianos seguimos de espaldas a nuestra verdadera identidad, negando lo que somos". [sitio web]. Periodista Daniel

PARDO, 2021. BBC News Mundo. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55753596>

BUSTOS CARA, Rodrigo.

- Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. [en línea]. Argentina: 2004. 1-24 pp
- Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. [en línea]. Argentina: 2001. 11-28 pp. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>

BRAINS NURSERY SCHOOL. La importancia de transmitir las tradiciones. [sitio web]. España:Madrid. 14 de mayo de 2015. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://brainsnursery.com/por-que-es-importante-transmitir-las-tradiciones-a-los-ninos/>

CASSANI, María Julia. Turismo y patrimonialización. ¿Proceso dinámico hacia el desarrollo? En: Instituto de Investigaciones en Turismo, Universidad Nacional de La Plata. [en línea]. 2014. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/45/10745/004a6fc823ee2ec4923b073e5a651285.pdf>


CAMARGO, Patricia. Rutas Turísticas Culturales: una herramienta para el aprendizaje de los alumnos de la enseñanza media. Tesina realizada para el Máster Internacional de Turismo. España: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2003. 16p. [consultado el

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 17

15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://documents.co/document/rutas-turisticas-culturales-una-extracto-de-la-portada-del-libro-posibilitando.html?page=1>

CASTRO ARIAS, Carlos. (Periodista). El patrimonio hace parte de la identidad del país: Alberto Escobar. Cultura e identidad nacional. [programa radial]. Caracol Radio. 06, abril, 2021.

CARRETERO, M. Documentos de identidad: La construcción de la memoria histórica en un mundo global [en línea]. Buenos Aires: Paidós, 2007. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

CAJAL, Alberto. Importancia de los símbolos patrios [sitio web]. Lifeder: 2022. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.lifeder.com/importancia-simbolos-patrios/>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Rectores de establecimientos educativos públicos interesados en ser parte del programa Colegios Amigos del Turismo [sitio web]. [s.l.];, 2020. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollosostenible/colegios/rectores>.


COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Turismo. [sitio web]. Colombia: MICIT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/kids/tesoros-en-colombia/turismo>

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Ley 115. (08, febrero, 1994). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones En: Diario Oficial. pp. 50.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Ley 2068 de 2020 (31, diciembre, 2020). La nueva Ley de Turismo. fue sancionada por el presidente Duque.2020. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/ley-de-turismo-sancionada-por-el-presidente-duque>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 2184 de 2022 (06, enero, 2022). Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Enero, 2022.

CHILE. CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. [sitio web]. Chile: La Institución, 2015. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 17

DE PABLO, Valentín. La animación una opción pedagógica. Revista Mercaba. [s.l.]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm

DEWEY, John. Citado por GARCÍA, Inmaculada. El conocimiento de los niños sobre el patrimonio de su ciudad. España: Granada, 2014. p. 94. Disponible en: https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/40415/Inmaculada_Garc%C3%ADa_Mart%C3%ADn.pdf?sequence=1

DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

DIETZ, G. Interculturalidad: una aproximación antropológica. Perfiles educativos. 2017. pp.192-207. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000200192&lng=es&tlng=es.

ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018.311 p. ISBN: 978-958-58676-7-3

EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

EXTRATEGIA DE MEDIOS. Colegios de Cundinamarca "Amigos del turismo". En: Extrategia de medios [sitio web]. Bogotá: [s.n.], 2018. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://extrategiamedios.com/colegios-de-cundinamarca-amigos-del-turismo/>

FONDO NACIONAL DE TURISMO. Red turística de pueblos patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2012. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://redturistadepueblospatrimonio.com.co/>

FONDO NACIONAL DE TURISMO. Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2020 [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf

FUNDACIÓN MANUEL AYA. [sitio web]. Fusagasugá: La Institución. [Consultado el 21 de Septiembre]. Disponible en: http://fundacionmanuelaya.com/acerca-de-nosotros_1.html

GARCIA, C. Globalización, resistencia e interculturalidad. En: Revista de la facultad. 2014. pp. 19-20. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revele.uncoma.edu.ar/hdoc/revele/index.php/revistadelafacultad/article/view/1114>.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 17

GAZERRA, María Alejandra. et al. Las empresas turísticas: y su administración. Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, 2010. 394 p. ISBN 978-987-604-188-1

GIMÓN LATOCCA, Ronald Jesús. La problemática del Patrimonio Cultural Edificado en América Latina y el Caribe. En: Disenso, Crítica Y Reflexión Latinoamericana. [en línea]. 2021, vol. 4, nro 1. p. 110-128. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://barropensativo.com/index.php/DISENSO/article/view/94>

GONZÁLEZ HERRERA, Manuel R. Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. Temas latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura. Brasil: INMOD, 2014.175 p. ISBN 978-85-87963-94-9.

GÓNZALEZ, M., CASTRO, G., PÉREZ, R., y PALAFOX, A. Estrategia para la Formación de la Cultura Turística de la Población Local residente en las ciudades de Remedios y Caibarién, Villa Clara. 2008. consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: http://www.manuelgonzalezherrera.com/proyectos_investigacion/05.pdf

HERNÁNDEZ, C. y ROMERO, C. Acerca de la Identidad” En Jesús Estepa OYARZÚN, A; IRRAZABAL, R; GOICOVIC, I; REYES L (2003) Reforma Educativa entre cultura juvenil y la cultura escolar. 2001. [Consultado el 03 de noviembre de 2022] Recuperado de: <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/doc/not/libro124/index.htm>

HERNANDEZ, F. La relación sociedad naturaleza y el turismo. En: Observatorio: Revista Electrónica de Geografía. 2009, vol. 1, nro. 1. pp. 105-123. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: goo.gl/FqevmX

HOSTELTUR. Turismo familiar: cuando los niños deciden el destino. [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 09 de Julio de 2014. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/162800_turismo-familiar-cuando-ninos-deciden-destino.html


HURTADO, Luis. Turismo en Fusagasugá: Lo que hay y qué falta en la Ciudad Jardín sin Floralía. En: Noticias Día a Día. Fusagasugá. 2021. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.noticiasdiaadia.com/turismo-en-fusagasuga-lo-que-hay-y-que-falta-en-la-ciudad-jardin-sin-floralia/>.

IRIARTE CÉSPEDES, Fernando. Cultura y turismo cultural. [sitio web]. [s.n.]: [s.n.], 2008. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtml> - 15.03.2008

KRAVETS, Iryna y DE CAMARGO, Patricia. La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. En: CULTUR Revista de cultura e turismo. 2008. pp. 16. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3240044.pdf>

KEMMIS, Stephen y MACTAGGART, Robin. Cómo planificar la investigación-acción. [en línea]. España: [s.n.] 1998. ISBN: 84-7584-088-4

KIRSCHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. La cultura de les destinacions: teoritzar el patrimoni. En: Revista d’Etnologia de Catalunya. [en línea]. 2001, nro. 19. pp. 44-61.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 17

[Consultado: 17 de septiembre de 2022]. ISSN 1132-6581. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2951887>

KIM, Y HONG, S. Intersectionality of cultural identity among immigrants in South Korea from a multidimensional acculturation perspective. En: Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work. 2019. pp. 1-15. [consultado el 05 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/15313204.2019.1590276.

LEMMA, A. F. Tourism Impacts. Citado por Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

NORAMBUENA, Paola y MANCILLA, Viviana. La identidad cultural como fuente de aprendizaje significativo. En: Geoenseñanza. 2005, vol. 10, nro. 2. pp. 219-234. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: ISSN 1316-6077.

NUEZ SOCORRO, María Victoria. De La Apuntes del módulo "Patrimonio y turismo".2008. Máster Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

MACCHIAVELLO ALBARRACÍN, Claudia. Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rímac al 2017. Tesis de pregrado. Perú: Universidad de San Martín de Porres, 2017. 271 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3248>


MATEO ROSALES, Jessica. El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del Cantón La Libertad, caso Malecón. Tesis de pregrado Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018. 83 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4363>

MALHORTA NARESH K. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Pearson. ISBN 978-970-26-1185-1. Disponible en www.pearsoneducacion.net/malhorta

MARTÍNEZ, Félix. Aproximación a la historia de Fusagasugá [en línea]. 2nd ed. Fusagasugá: Fusagasugá D'Impacto, 2011. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/33265276/Aproximaci%C3%B3n_a_la_historia_de_Fusagasug%C3%A1.

MENDIVIL, Luzmila. El arte en la educación de la primera infancia: una necesidad impostergable. En: Educación. Septiembre 2011, vol. 10, nro. 39. pp. 23-36. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802>. ISSN 1019-9403.

MÉXICO. SECRETARIA DE TURISMO. Breviario de cultura turística. [sitio web]. México: SECTUR, 2012. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/32795788/BREVIARIO_DE_CULTURA_TUR%C3%8DSTICA

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 17

MONTESSORI, M. Didáctica de la educación infantil. 2009.

MOLANO, Olga. Identidad Cultural un concepto que evoluciona. En: Opera. 2007, vol. 7 pp. 69-84. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>. ISSN: 1657-8651.

MUÑOZ RICO, Alejandra. Las industrias creativas representan 3% del PIB y lograron generar 522.000 empleos. En: Diario La República [en línea]. Bogotá. 28 de mayo de 2022. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Nuestro Patrimonio Cultural al alcance de todos. [sitio web]. Bogotá: MinCultura, 2015. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/mes-del-patrimonio/patrimonio-cultural-al-alcance-de-todos/Paginas/Nuestro-Patrimonio-Cultural-al-alcance-de-todos.aspx#:~:text=R%2F%20Podemos%20distinguir%20dos%20clases,%2C%20objetos%2C%20documentos%2C%20etc.>

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. [Mincit.gov.co](https://www.mincit.gov.co). <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>.

ODINA, T.A. La identidad intercultural: concepto de paradigmas. 2011. Perú. [Consultado el 04 de noviembre de 2022] Disponible en: <http://red.pucp.edu.pe>


ORDUNA, Gabriela y URPÍ, Carmen. Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. En: Polis, Revista de la Universidad Bolivariana. 2010, vol. 9, nro. 26. pp.1-18. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/305/30515373005.pdf>. ISSN 0717-6554.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. España: UNESCO, 2020. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. [sitio web]. UNESCO, 2001. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Glosario de términos de turismo. [sitio web]. OMT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Demanda oferta y mercado turístico. [sitio web]. OMT, 2006. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/03/Demanda-oferta-ymercado-tur%C3%ADstico-Unidad-2.pdf>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 17

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. El turismo cultural y creativo hoy. [sitio web]. UNESCO, 2022. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. UNESCO, 2020. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

PASTO ALFONSO, María José. El patrimonio cultural como opción turística. En: Horizonte antropológicos. [en línea]. España: Universidad de Alicante. 2003, nro 9. p. 97-115. Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/ha/a/XVMd89rnNjQC5wZNGt5BckM/?format=pdf&lang=es>

PERNIA, Erixon. La Educación Cultural en Preescolar [sitio web].2016. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://erixonpernia.wordpress.com/2016/10/23/la-educacion-cultural-en-preescolar/>.

PORTER, Michael. La ventaja competitiva de las naciones. Ed. Plaza & Janés. España: 1991. pp. 63-107.

PRUAÑO, Ana María. Educación infantil. Método pedagógico, los rincones. pp. 1-23. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://educrea.cl/wp-content/uploads/2015/09/educacion-infantil-metodo-pedagogico-rincones.pdf>.

RENDÓN, María Luisa. El Municipio y el Desarrollo Turístico Local. Lima, Perú: [s.n.], 2006. p. 104. ISBN 9972-33-282-9.


RODRÍGUEZ, Jenny. Fortalecimiento de la Identidad Cultural en la Infancia del Municipio de Sutatausa mediante los Pilares de la Educación Inicial para el Desarrollo Integral. Tesis de Trabajo de grado. Chiquinquirá: Universidad Santo Toma, 2021. 217 p. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: [filjennyrodriguez%20\(1\).pdf](#).

RODRIGUEZ, José María. Mente Del Niño: Como Se Forma Y Como Hay Que Educarla [en línea]. Madrid: Aguilar, 2018. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://ttohapaner.blogspot.com/2018/11/libro-mente-del-nino-como-se-forma-y.html>.

RUEDA, Nancy. TLC Colombia-Estados Unidos y sus implicaciones en el turismo. En: Revista Universidad del Externado. 2012. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3402/3525>.

RUIZ OLIVA, Angela Patricia. Formación de la cultura turística para promover la conservación del Santuario Histórico de Pomac. En: Revista Científica EPISTEMIA [en línea]. 2018, pp. 1-12. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/891/758>.

SÁEZ ABAD, Rubén. En el patrimonio como recurso de desarrollo. En: Rehaldia [en línea]. 2007, nro. 6. p. 26. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2381972.pdf>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 10 de 17

SÁNCHEZ RIVERO, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

SÁNCHEZ, Wendy Marilú. El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. En: Península. 2010, vol. 4, nro. 2. pp. 1-22. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v4n2/v4n2a4.pdf>.

SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto y MENDOZA TORRES, Christian. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 6ª. ed. [en línea]. México: Editorial Mc Graw Hill Education, 2018, p. ISBN: 978-1-4562-6096-5, p. 714.

SECRETARIA DE TURISMO. Cultura Turística para Personal de Contacto [sitio web]. [s.l.]: [s.n.]. [consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://comercializacionpt.weebly.com/uploads/2/6/7/0/2670454/personaldeconta.cto.pdf>.

SECTOR TURISMO. Ventajas competitivas/comparativas relacionadas con el desarrollo del turismo, provincia del Sumapaz. En: Universidad de Cundinamarca. Congreso Internacional en Gestión Organizacional: la empresa del siglo XXI (IV: 2022, Fusagasugá). IV CONGRESO INTERNACIONAL EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL: LA EMPRESA DEL SIGLO XXI: 2022. pp. 4-29.


SIERRA QUIÑONES, María Isabel y FLOREZ ALDANA Heidi Paola. Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades e Idiomas. Bogotá: Universidad Libre, 2018. 99 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15692/Fortalecimiento%20de%20la%20identidad%20cultural%20colombiana%20a%20trav%C3%A9s%20de%20textos%20literarios%20en%20estudiantes%20.pdf?sequence=1>

SILVA, Alicia. Turismo Educativo. En: Revista de investigaciones UNAD. 2013, vol. 12, nro. 1. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/revistainvestigaciones/Volumen12numero1_2013/a13_Turismo_educativo_1.pdf. ISSN 0124 793X

SORIANO, E. Planteamiento intercultural del currículum para su calidad educativa. En: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. 2012, vol. 10, nro. 4. pp. 50-62. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/864>.

SHÄPERS, A. La especificidad cultural del texto literario: una propuesta didáctica de sensibilización. Quaderns. Revista de Traducción. 2016. pp. 37-58.

TORRE PADILLA, Oscar De La. El turismo. Fenómeno social. [en línea]. México: Fondo de Cultura Económica, 1982. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-16-0646-9. Disponible en: <https://archive.org/details/el-turismo.-fenomeno-social-oscar-de-la-torre-padilla/page/n5/mode/2up>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 11 de 17

TORO, Carolina y GALLEGO, Daniela. La Cultura Turística Inicia En Los Niños” Y Su Aplicación En El Centro De Desarrollo Infantil Caritas Alegres Del Municipio De Guatapé, ANTIOQUIA. Tesis de Trabajo de grado. Antioquia: UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, 2021. 1-61 p. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: oroCarolina_GallegoDaniela_2021_CulturaTurísticaGuatapé.pdf.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Modelo Educativo Digital Transmoderno MEDIT. [sitio web]. Cundinamarca, 2016. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/modelo-educativo-digital-transmoderno>

VAN FLEET, Connie y RABER, Douglas. The Public Library as a Social/ Cultural Institution: Alternative Perspectives and Changing Contexts. [La biblioteca pública como institución social/cultural: perspectivas alternativas y contextos cambiantes]. Chicago: American Library Association, 1990. p. 500.


VILLAR, P. Introducción al vocabulario del análisis histórico [en línea]. Barcelona: Crítica, 1980.p. 12. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

VIÑAS, Maritxell. La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia: Recursos TIC para profesores [sitio web]. s.l.: Marcaba, 2012. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm.

ZALLO, Ramón. Economía de la comunicación y la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. En: Revista De Estudios De Comunicación. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria. [en línea]. 2011, vol. 12 nro. 22. p. 20. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. DOI: <https://doi.org/10.1387/zer.3682>

ZHAN, X y WANG, S. Political Identity: A Perspective from Cultural Identity. Social Sciences in China. 2014, vol. 2, nro. 25. pp. 155-173. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/02529203.2014.900890.

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

 UDECA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 12 de 17


La identidad cultural y los factores que contribuyen en su construcción, influyen en el desarrollo del turismo. Las instituciones educativas tanto públicas como privadas, son el factor clave para generar y divulgar la cultura turística desde la infancia. De hecho, es necesario fomentar la importancia que representa el turismo, desde el conocimiento del patrimonio cultural, hacia el buen uso del tiempo libre, lúdico y ocio recreativo, con el fin de promover una construcción social y empresarial en el largo plazo desde una edad temprana con proyectos que contribuyan a la competitividad turística del territorio, desarrollado desde la escuela. Por ende, es necesario diagnosticar el turismo cultural en niños de primaria, identificando el sentido de pertenencia y apropiación cultural de la población participante, con el fin de generar estrategias metodológicas que permitan fortalecer la cultura turística en niños del Colegio Fundación Manuel Aya.

Para la investigación descriptiva, se aplica el método de encuesta. Ante los resultados obtenidos, se puede deducir que los alumnos no poseen suficientes conocimientos sobre historia, reservas naturales, ferias y folclore típico de Fusagasugá. Se determina que al momento de recibir una correcta educación desde niños, se fortalecerán buenas prácticas de turismo, donde el estudiante brindará ideas o emprendimientos, en relación del fortalecimiento del turismo por el lugar que habita. De allí, radica la importancia sobre generar una base identitaria desde la infancia, para que las costumbres, tradiciones, bienes patrimoniales y cultura propia no se pierdan, sino que se promueva y fortalezca, a través de nuevas propuestas de negocio, aportando desde un nivel social y económico.

ENGLISH

Cultural identity and the factors that contribute to its construction influence the development of tourism. Both public and private educational institutions are the key factor in generating and disseminating tourism culture from childhood. In fact, it is necessary to promote the importance of tourism, from the knowledge of cultural heritage to the good use of free time, and recreational leisure, in order to promote a social and business construction in the long term from an early age with projects that contribute to the tourist competitiveness of the territory, developed from school. Therefore, it is necessary to diagnose cultural tourism in primary school children, identifying the sense of belonging and cultural appropriation of the participating population, to generate methodological strategies that allow strengthening the tourist culture in children of the Manuel Aya Foundation School.

Given the results obtained, it can be deduced that the students do not have enough knowledge about history, nature reserves, fairs and typical folklore of Fusagasugá. It is determined that at the time of receiving a correct education from childhood, good tourism practices will be strengthened, where the student will provide ideas or ventures, in relation to the strengthening of tourism for the place he inhabits. Hence, lies the importance of generating an identity base from childhood, so that customs, traditions, heritage assets and own culture are not lost, but promoted and

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 13 de 17

strengthened, through new business proposals, contributing from a social and economic level.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	X	

 UDECA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 14 de 17


3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 15 de 17

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO _X_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 16 de 17

Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Diagnóstico del turismo cultural en niños de primaria. Caso	Texto

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 17 de 17

Colegio Fundación Manuel Aya, Fusagasugá.pdf.	
2. Presentación diapositivas trabajo de grado.pdf.	Texto

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Cantor Guerrero Mayerly	

21.1-51-20.

DIAGNÓSTICO DEL TURISMO CULTURAL EN NIÑOS DE PRIMARIA. CASO
COLEGIO FUNDACIÓN MANUEL AYA, FUSAGASUGÁ.

MAYERLY CANTOR GUERRERO

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

ASESORES

MARÍA CRISTINA VELÁSQUEZ ARDILA

ELIZABETH ANN ESCOBAR CAZAL

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ

2022

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Dios por permitirme realizar y culminar una etapa en mi vida, viviendo experiencias inolvidables.

Asimismo, a mis padres. En especial a mi madre, quien ha sido el apoyo incondicional en cada uno de los proyectos que he incursionado, brindando palabras de aliento en momentos de mayor esfuerzo.

Por otro lado, agradezco a mis asesores académicos. La docente María Cristina Velásquez Ardila y la docente Elizabeth Ann Escobar Cazal, quienes brindaron el apoyo incondicional en la realización del presente proyecto, donde su conocimiento y experiencia, enriquecieron la investigación con herramientas suficientes para elaborar un trabajo de calidad.

Dentro de este trabajo investigativo, es bastante característico el agradecimiento al profesor César Augusto Gutiérrez Barbosa, rector del Colegio Fundación Manuel Aya, debido a que su colaboración y disposición, hizo que fuese posible la ejecución del diagnóstico del turismo cultural en los niños de básica primaria.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1. PREGUNTA PROBLEMA	12
2. OBJETIVOS.....	13
2.1. OBJETIVO GENERAL	13
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	13
3. JUSTIFICACIÓN.....	14
4. MARCO REFERENCIAL	21
4.1. ANTECEDENTES.....	21
4.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	32
4.3. MARCO LEGAL	44
4.3.1. LEY 115 DE 1994.....	44
4.3.2. LEY 2068 DEL 2020	44
4.3.3. LEY 397 DE 1997	45
4.3.4. LEY 2184 DE 06 DE ENERO DE 2022	46
5. METODOLOGÍA.....	47
5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
5.2. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	48
5.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	50
5.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	52
6. RECURSOS	53
6.1. RECURSOS HUMANOS.....	53
6.3. RECURSOS MATERIALES	53
6.4. RECURSOS INSTITUCIONALES.....	53
7. CAPITULO UNO.....	54
8. CAPITULO DOS.....	73
9. IMPACTO SOCIOCULTURAL	80
10. CONCLUSIONES.....	87

11. RECOMENDACIONES	92
REFERENCIAS.....	96
ANEXOS	107

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica de personas a encuestar	49
Tabla 2. Recursos humanos para realización del proyecto.....	53
Tabla 3. Componentes de contribución económica.....	85

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Cifras sobre motivos de desplazamientos en turistas	16
Figura 2. Factores de viaje	22
Figura 3. Categorías de Impactos del turismo cultural	28
Figura 4. Propósitos Colegios Amigos del Turismo- CAT	30
Figura 5. Clasificación de patrimonio cultural	34
Figura 6. Componentes que integran el turismo sostenible	38
Figura 7 Estructura de encuesta	51
Figura 8. Perfil de la población de estudio	54
Figura 9. Historia Cultural. ¿Conoces sobre la historia cultural de Fusagasugá? y ¿Sabes qué significa el nombre de Fusagasugá (dado por lo indígenas)?	57
Figura 10. Historia Cultural. ¿Has escuchado sobre los indígenas Sutagaos?	58
Figura 11. Historia Cultural. ¿Sabes por qué a Fusagasugá le dicen "Ciudad Jardín de Colombia? y ¿Sabías que un personaje histórico, como Simón Bolívar, se quedó en las casonas de Fusagasugá?	60
Figura 12. Patrimonio Inmaterial. ¿Considera importante símbolos patrios como la bandera, himno y escudo? y ¿Conoce el folclor típico del municipio como música, bailes, fiestas, ferias o eventos?	61
Figura 13. Turismo Cultural. ¿Conoce algún lugar histórico en Fusagasugá? Y ¿Conoce reservas ecológicas como parques naturales, ecoparques, rutas entre otros?	64
Figura 14. Cultura Turística. ¿Conoce el concepto de turismo? y ¿Conoce el concepto de turista?.....	66
Figura 15. Turismo. ¿Le gusta visitar con amigos o familia lugares naturales, históricos, o recreativos en Fusagasugá?	68
Figura 16. Método pedagógico. ¿Estaría de acuerdo en la creación de una cartilla animada, que le ayude a conocer sobre la historia cultural del municipio de Fusagasugá?.....	70
Figura 17. Respuestas de encuestados a la pregunta de la figura 17.....	71
Figura 18. Áreas para construcción de la cartilla.....	76
Figura 19. Muestra de estructuración de cartilla y personaje guía.	77
Figura 20. Factores Indirectos.....	84

Figura 21.Colegio Fundación Manuel Aya	109
Figura 22. Evidencia de terminación de las encuestas	110

PROGRAMA: Administración de Empresas

LINEA TRANSLOCAL: Gestión, emprendimiento, organizaciones sociales del conocimiento y aprendizaje

SUBLINEA: Desarrollo organizacional



INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se relaciona la importancia de la identidad cultural y los factores que contribuyen a su construcción, lo cual, influye en el desarrollo del turismo. De hecho, la construcción de identidades sociales, dependen directamente del entorno, como la familia, escuela, amigos, entre otros. Es así como dichos factores, influyen en el desarrollo de la personalidad del sujeto y crean en él los recuerdos que determinan la forma de su comportamiento.

Cuando se trata de cultura turística, se refiere a la cooperación conjunta de personas que buscan mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales para el desarrollo de las actividades turísticas, trabajando en el fomento de la cultura e historia de una región, a través de la consolidación de conocimientos, valores y actitudes, con el fin de transformarla en una actividad sostenible, donde los beneficios obtenidos, mejorarán la calidad de vida de una comunidad. De acuerdo con la Secretaria de Turismo (SECTUR)¹, menciona que la difusión y comprensión de la cultura, transforman los comportamientos negativos en comportamientos positivos, los cuales, se manifiestan en una mayor valorización del turismo y una mejor gestión de los recursos.

Apostar por el turismo sostenible es una alternativa ideal para inculcarles a los niños desde una edad temprana la importancia de cuidar el medio ambiente. A la vez, es una buena oportunidad para enseñar el respeto de la cultura y tradiciones de cada sitio, así como las costumbres de sus habitantes. De esta manera, los niños aprenderán a ser respetuosos con el mundo que les rodea y se convertirán en adultos más responsables. Por ende, el fomento de la importancia del patrimonio, cultura y turismo de una localidad, es de relevancia debido a que los niños son actores potenciales para el desarrollo de la

¹ MÉXICO. SECRETARIA DE TURISMO. Brevario de cultura turística. [sitio web]. México: SECTUR, 2012. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/32795788/BREVIARIO_DE_CULTURA_TUR%C3%8DSTICA

sociedad, donde las instituciones educativas desempeñan un papel indispensable en la formación de aprendizaje.

Como resultado de ello el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo², desde el año 2005 creó el programa “Colegios Amigos Del Turismo -CAT” con el fin de ayudar a instituciones educativas públicas del país, a promover de manera voluntaria ideales propios, formalizando acciones y proyectos en el área de turismo hacia la comunidad estudiantil. El objetivo principal del programa es promover la cultura turística, la posesión territorial, el uso y disfrute del tiempo libre, la construcción de estructuras sociales y empresarial desde una edad temprana, centrándose en el desarrollo integral y sostenible; en el largo plazo, a través de proyectos que contribuyan a la competitividad turística del territorio desarrollado desde la escuela.

Por ende, es necesario determinar el conocimiento sobre la historia y cultura del municipio de Fusagasugá, con el fin de generar estrategias metodológicas que permitan fortalecer la cultura turística en niños, sin la exclusión de entidades educativas privadas.

² COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, la educación cultural se ha convertido en tendencia, debido que existen múltiples factores que afectan el desarrollo de la identidad y en especial la de los niños. Entre las principales causas se encuentra la globalización, Euroinnova Business School³, afirma que a pesar de los beneficios que ha traído, como la facilidad en la comunicación, de cierta manera afecta la identidad cultural en comunidades, dado que presenta gran influencia en como una persona se relaciona con sus raíces. Además de ello, menciona que la migración es otra de las causas, debido a que al emigrar se suele abandonar sus raíces y cultura, cambiando y adoptando otros nuevos valores.

De acuerdo con ello, el sociólogo polaco Zygmunt Bauman⁴, afirmó que la identidad en primera instancia se construía con la interacción en la sociedad, sin embargo, este cambió en el presente, debido a la “conexión inmediata” que existe, lo cual, facilita que una persona se relacione con otras comunidades diferentes, cuyos rasgos culturales que son atípicas del entorno, se terminan adoptando en la nación y cultura como si fuesen características propias.

Paralelamente, en una entrevista realizada por la BBC News Mundo⁵, el historiador Alfonso Múnera, indicó que lamentablemente los colombianos crecen sin saber historia de su propia geografía y de la composición humana, donde se han construido percepciones erróneas sobre el origen real de la cultura colombiana. Por tanto, el patrimonio es relevante como soporte de identidad, debido a que cuenta una historia y no se puede negar la procedencia de cada individuo.

³ EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [consultado el Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

⁴ BAUMAN, Zygmunt. Identidad. Traducido por Daniel SARASOLA. España: LOSADA, 2018. 212 p. ISBN 9789500393997

⁵ BBC News Mundo. “Los colombianos seguimos de espaldas a nuestra verdadera identidad, negando lo que somos”. [sitio web]. Periodista Daniel PARDO, 2021. BBC News Mundo. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55753596>

Fusagasugá es conocido como la Ciudad Jardín de Colombia, dado a los cultivos de flores para uso de exportación y cuenta con potencial turístico en las haciendas: La Casona Tierra Grata, El Novillero, La Quinta de Coburgo, La Clarita, Casona Balmoral y El Chocho; Fábrica de Licores Coloma, el estadio, coliseo, entre otros; así lo menciona en el libro “Gestión Organizacional. Perspectiva” publicado por la Universidad de Cundinamarca⁶.

Este es un municipio rico en historia y cultura, testigo de ello son los 110 bienes patrimoniales y 11 monumentos que se encuentran a través de sus calles, los cuales fueron el inicio para el desarrollo de la comunidad y colectividad actual. Además, cuenta con representaciones culturales propias como lo es la danza “Rumba Criolla”, platos típicos, símbolos patrios, fauna y flora. Sin embargo, con el pasar de los años el conocimiento sobre la historia del municipio, se ha perdido de la memoria popular colectiva y en especial en las nuevas generaciones.

En el plan de desarrollo del municipio de Fusagasugá 2020-2024 “con la fuerza de la gente” en el área cultura, se han determinado proyectos con énfasis en restauración y promoción del patrimonio cultural en el municipio. Sin embargo, no se encuentran proyectos relacionados con el área de educación, hacia el fomento y fortalecimiento de la historia e identidad cultural en niños. Lo anterior, es importante tenerlo en cuenta, debido que el sentido de pertenencia no solo es para aquel fusagasugueño que nace en esa tierra, sino también lo es para el que vive en ella.

Las instituciones educativas tanto públicas como privadas, son el factor clave para generar y divulgar la cultura turística desde la infancia. De hecho, es necesario fomentar la importancia que representa el turismo, desde el conocimiento del patrimonio cultural, hacia el buen uso del tiempo libre, lúdico y ocio recreativo. Aunque exista un programa “Colegios Amigos del Turismo” por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo;

⁶ ESCOBAR CAZAL, *et al.* Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018.311 p. ISBN: 978-958-58676-7-3

solo se tiene presente para colegios estatales, donde este tipo de programas son necesarios para todas las instituciones, con el fin de enseñar la cultura turística desde niños, hacia la construcción de una ciudadanía consciente de la identidad nacional, por medio del reconocimiento del turismo cultural.

La cultura es un aspecto influyente de la educación que se mueve a través de conceptos y prácticas que se deben enseñar a los niños para que comprendan su cultura y sus fundamentos. Sin embargo, debido a la globalización, esta enseñanza dentro de las escuelas se ha perdido. De acuerdo con la escuela Brains Nursery Schools Madrid⁷, el enseñar a los más pequeños sobre el origen y raíces, mediante actividades lúdicas y de ocio, permite un establecimiento en buenas relaciones familiares y sobre todo participación en la vida cultural del municipio o ciudad.

Por lo tanto, es de gran importancia restaurar la enseñanza cultural desde la escuela primaria, donde se debe realizar hincapié en reflexionar, discernir, contribuir y preservar prácticas sociales y educativas del turismo, permitiendo que desde la infancia se obtenga el sentido de pertenencia con su localidad, considerándose parte de ella, entendiendo la importancia de salvaguardar el patrimonio, el cual, cuenta la historia sobre el desarrollo social, económico y cultural del pueblo o ciudad.

1.1. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo fomentar la cultura turística en la población infantil de Fusagasugá desde la escuela primaria caso Colegio Fundación Manuel Aya?

⁷ BRAINS NURSERY SCHOOL. La importancia de transmitir las tradiciones. [sitio web]. España: Madrid. 14 de mayo de 2015. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://brainsnursery.com/por-que-es-importante-transmitir-las-tradiciones-a-los-ninos/>

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar el turismo cultural en niños de primaria. Caso Colegio Fundación Manuel Aya, Fusagasugá.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el sentido de pertenencia y apropiación cultural de la población participante.
- Diseñar estrategias que contribuyan al fortalecimiento del turismo cultural en los niños de la Institución educativa.

3. JUSTIFICACIÓN

Ante la crisis presentada por el Covid 19, se pausaron todas las actividades y en especial aquellas referentes al turismo. A causa de ello, cuando se presentó la reactivación económica, muchas familias apostaron por el turismo cultural sostenible, como alternativa de esparcimiento, donde se fortalecía la cultura regional en pro de generación de ingresos y nuevos empleos en poblaciones locales. Lo anterior, convirtió una opción excelente para acercar a niños desde una edad temprana hacia las tradiciones y costumbres regionales.

Con relación a ello, De la Nuez Socorro, Máster Internacional de Turismo⁸, indica que el turismo cultural, acerca a las culturas locales y mundiales, dando la oportunidad de descubrir el patrimonio cultural tangible (centros históricos, paisajes urbanos, museos) y el patrimonio cultural intangible (costumbres, leyendas, música, danza, cocina tradicional), lo cual enseña y educa a través de nuevos conocimientos.

Los niños son el eje central del turismo familiar, así lo menciona la agencia de viajes Hosteltur⁹, comentando que los niños elijen el destino que quieren visitar, incluso citan una frase muy oportuna por Walt Disney¹⁰ “crea un lugar donde los niños quieran ir y los adultos le seguirán”. Exactamente, esa estrategia es muy efectiva en el segmento del turismo, debido a que si se enseña y promueve la cultura en niños, estos la transmitirán

⁸ NUEZ SOCORRO, María Victoria. De La Apuntes del módulo “Patrimonio y turismo”.2008. Máster Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

⁹ HOSTELTUR. Turismo familiar: cuando los niños deciden el destino. [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 09 de Julio de 2014. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/162800_turismo-familiar-cuando-ninos-deciden-destino.html

¹⁰ DISNEY, Walt. Parques Disney, citado por HOSTELTUR. Turismo familiar: cuando los niños deciden el destino. [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 09 de Julio de 2014. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/162800_turismo-familiar-cuando-ninos-deciden-destino.html

e incentivarán en el entorno habitual que se encuentra, es así como poseen gran influencia intergeneracional (padres, abuelo, nietos) en la decisión de visitar un lugar.

Barreto¹¹ ratifica la importancia del turismo cultural, al mantener cierto tipo de identidad (étnica, local o regional) que parece esencial para que personas se sientan seguras, unidas por lazos con antepasados, a una localidad, a una tierra, costumbres e incluso hábitos que brindan seguridad, los cuales informan quienes son y de dónde vienen, con el fin de que no se pierdan en un mundo lleno de información, que se mantiene en constantes cambios. Por su parte, el autor Camargo¹² coincide en que utilizar rutas de turismo cultural en las escuelas son herramientas de aprendizaje y sensibilización de la comunidad local. Su investigación se basa en la teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, que defiende el aprendizaje a través de un enfoque multimodal. Frente a la investigación realizada en la ciudad de Curitiba (Brasil) muestra que, a través del turismo cultural, los estudiantes logran reconocer el patrimonio histórico-cultural de su región, generando una valoración y preservación hacia él.

Por tanto, la cultura inculca valores humanos como el respeto, tolerancia, reconocimiento y aprecio de opiniones opuestas. Además de ello, genera identidad personal, valoración de la disidencia, y sobre todo conocimiento, conservación y protección por el patrimonio que transmite valores nacionales. En afirmación de ello el autor González¹³, menciona que la cultura turística toma posturas y acciones positivas para que el turismo y comunidades receptoras convivan armónicamente, las cuales se harán participes revelando las medidas necesarias para el desarrollo del turismo. Por ende, es de vital importancia realizar un llamado a la diversidad cultural para fomentar el respeto por otras

¹¹ BARRETO, Margarete. Turismo e Legado Cultural. Reseña por CULTUR revista de cultura e turismo. Campinas: Papirus. 2008. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115417706005>

¹² CAMARGO, Patricia. Rutas Turísticas Culturales: una herramienta para el aprendizaje de los alumnos de la enseñanza media. Tesina realizada para el Máster Internacional de Turismo. España: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2003. 16p. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://fddocuments.co/document/rutas-turisticas-culturales-una-extracto-de-la-portada-del-libro-posibilitando.html?page=1>

¹³ GONZÁLEZ HERRERA, Manuel R. Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. Temas latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura. Brasil: INMOD, 2014. 175 p. ISBN 978-85-87963-94-9.

culturas, abriendo paso hacia el desarrollo del pensamiento crítico, con el fin de asegurar la formación de ciudadanos con una buena base cultural.

En el libro “El Turismo en Cundinamarca: Oferta – Demanda. Provincias: Sabana Occidente, Sabana Centro, Sumapaz, Alto Magdalena. Tomo I”¹⁴ indica que frente al plan de desarrollo del turismo en Cundinamarca (2012), se determina 1 clúster, 7 microclústeres, 3 circuitos y 28 rutas relacionadas con regiones turísticas de Cundinamarca. Lo anterior, determinó las actividades sobresalientes que realizan los turistas, tales como: el ocio y recreación, gastronomía, naturaleza, paseos, entre otros; donde factores como la cercanía con la capital del país (Bogotá) y los climas que se encuentran en los municipios, son ideales para descansar y divertirse.

Así mismo, indican¹⁵ que en el plan se revelan cifras, sobre los motivos que lleva a los turistas desplazarse a ciertos destinos de preferencia. En la figura 1, se indica las cifras mencionadas con los motivos respectivos.

Figura 1. Cifras sobre motivos de desplazamientos en turistas



Fuente: elaboración propia, con base en ESCOBAR, E; *et al.* El Turismo en Cundinamarca: Oferta – Demanda. Provincias: Sabana Occidente, Sabana Centro, Sumapaz, Alto Magdalena. tomo I; Editorial Universidad de Cundinamarca; 2019. p 26-27.

¹⁴ ESCOBAR, E; *et al.* El Turismo en Cundinamarca: Oferta – Demanda. Provincias: Sabana Occidente, Sabana Centro, Sumapaz, Alto Magdalena. tomo I; Editorial Universidad de Cundinamarca; 2019. 316 p. ISBN 978-958-52032-5-9

¹⁵ *Ibid.*, p. 26.

Dichas cifras, revelan que los motivos como gastronomía y cultura, han disminuido en la demanda real, por falta de conocimiento de lugares, por el cual visitar al momento de arribar en los destinos seleccionados. Por lo anterior, en el plan de desarrollo estratégico de turismo para Cundinamarca, se plantean lineamientos estratégicos como factores de atracción como *“Vayas donde vayas, está Cundinamarca”*. Asimismo, dentro de los factores de soporte se encuentra el programa *“Los niños de Cundinamarca son amigos del turismo”*. En base a las líneas estratégicas del plan, son necesarios para el fortalecimiento del producto histórico-cultural en toda la población estudiantil cundinamarqués, donde no solo debe ser aplicado hacia entidades públicas, dado que no existen proyectos que integren a entidades privadas.

Lo más importante es difundir la vida cultural tradicional o el patrimonio cultural de un lugar y hacerlo funcionar, debido a que su permanencia depende de la perseverancia y divulgación de sus cultores y en especial desde una edad temprana, para que nuevas generaciones crezcan con valores fundamentados. A partir de aquí, la difusión y valoración de las expresiones culturales en cada comunidad es imperativa, y cada individuo es un continuador de la historia cultural.

En el artículo sobre *“la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria”* realizado por Euroinnova¹⁶, menciona que al analizar los factores culturales, estos se encuentran presentes en distintos ámbitos de la educación. Un claro ejemplo de ello son los símbolos patrios, que transmiten valores y aportan al desarrollo de la identidad cultural. Básicamente, la cultura en la primaria consiste en enseñar aspectos culturales del país o región, con el propósito de preservar conocimientos ancestrales.

Referente a ese contexto, SECTUR¹⁷ menciona que la transferencia de conocimientos y valores en la educación, permite una mejor interpretación sobre el turismo y sus

¹⁶ EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [consultado el Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

¹⁷ MÉXICO. SECRETARIA DE TURISMO. [sitio web]. México: SECTUR, 2012. Breviario de cultura turística. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/32795788/BREVIARIO_DE_CULTURA_TUR%C3%8DSTICA

implicaciones, lo cual se refleja en el comportamiento y conciencia, sobre la valoración y apropiada administración del patrimonio turístico. A causa de ello, la cultura turística potencializa el arribo de más visitantes a un destino, todo en base de una adecuada oferta turística, frente al entorno e identidad de la población local, quienes atenderán de manera eficiente a visitantes, puesto que verán los beneficios de la actividad turística, donde consolidarán productos y destinos turísticos que traerán sustentabilidad para toda la comunidad.

El fortalecimiento de la cultura turística debe sensibilizar a estudiantes frente a la importancia y hacia los riesgos tanto ambientales, culturales, sociales y económicos del turismo. Es así como el nuevo modelo educativo de la Universidad de Cundinamarca “MEDIT”¹⁸ (Modelo Educativo Digital Transmoderno) apuesta a una educación para la vida, asegurando que cada acto, se realice con el fin de mejorar la vida, la persona, sociedad, civilidad, democracia, naturaleza y libertad. Se trata de trascender más allá de un modelo educativo tradicional; se busca educar a través de valores democráticos para que jóvenes asuman responsabilidad, solidaridad, tolerancia, y respeto; se trata sobre vivir bien, reconociéndose en el otro, la cultura y la naturaleza, se basa en el desarrollo transhumano.

Así, la generación de conocimiento, permite crear una sociedad capaz de actuar y enfrentar ante sí misma y otras sociedades, la responsabilidad. Después de todo, la relación entre la escuela y cultura es recíproca, puesto que no es posible crear un proceso formativo sin hacer reseña a la cultura y no puede coexistir una cultura sin el proceso de aprendizaje.

Desde ese ángulo, es fundamental inspirar a los niños para que puedan conservar, vivir y enriquecer su cultura a lo largo de los años. Esto es gracias a las diferentes actividades y celebraciones que se pueden realizar en el aspecto cultural desde la escuela primaria. La cultura, permite que ellos descubran sus orígenes y raíces, al participar en una

¹⁸ UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Modelo Educativo Digital Transmoderno MEDIT. [sitio web]. Cundinamarca, 2016. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/modelo-educativo-digital-transmoderno>

variedad de actividades recreativas, que mejoran las relaciones familiares y facilitan la comunicación. De esta manera, los infantes pueden sentirse incluidos en su comunidad e identificarse con valores y creencias propias.

De acuerdo con el proyecto de grado realizado por Sierra y Aldana “fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto”¹⁹ refiere que es importante que la comunidad se reconozca como parte de la nación, el cual, como individuo aporta a la construcción multicultural. Además, añade que el sistema educativo colombiano, debe construir una identidad cultural a partir de la educación básica primaria.

Este desarrollo interno del turismo patrimonial, trae beneficios a las personas, no solo económicamente, sino también social y culturalmente. En el artículo realizado por Extrategias de medios²⁰, indica que para fomentar la cultura turística en entidades públicas el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (Idecut), implementó el programa “Amigos del Turismo” en dicha iniciativa, se entregaron kits pedagógicos en áreas turísticas, hotelera y gastronómica. Sin embargo, la aplicación del programa no incluyó a instituciones privadas.

De hecho, los libros son una herramienta ideal para la formación de aprendizaje en los estudiantes, puesto que permite la creación de la cultura turística, lo cual trae beneficios para la comunidad como el posicionamiento turístico de los territorios, donde se encuentran ubicadas las instituciones educativas, así lo afirmó Idecut²¹ al implementar el proyecto en 18.000 estudiantes en escuelas públicas de Cundinamarca.

En cuestión de difundir la importancia del patrimonio para una sociedad, es complejo, dado que no todas las personas reconocen la relevancia sobre el contenido de la historia

¹⁹ SIERRA QUIÑONES, María Isabel y FLOREZ ALDANA Heidi Paola. Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades e Idiomas. Bogotá: Universidad Libre, 2018. 99 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15692/Fortalecimiento%20de%20la%20identidad%20cultural%20colombiana%20a%20trav%C3%A9s%20de%20textos%20literarios%20en%20estudiantes%20.pdf?sequence=1>

²⁰ EXTRATEGIA DE MEDIOS. Colegios de Cundinamarca “Amigos del turismo”. En: Extrategia de medios [sitio web]. Bogotá: [s.n.], 2018. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://extrategiamedios.com/colegios-de-cundinamarca-amigos-del-turismo/>

²¹ Ibid. p. 16

y cultura. Por lo anterior, surge el presente proyecto sobre la aplicación de un diagnóstico en la primaria del Colegio Fundación Manuel Aya, que permita identificar el conocimiento y perspectiva de los niños frente a temas de cultura turística. El propósito es orientar y ayudar a generar estrategias para enseñar, explicar y difundir el patrimonio cultural, demostrando el orgullo por el pueblo natal. El fomento de la cultura, desde una edad temprana, es fundamental para que el individuo crezca con bases culturales.

El centro del mensaje es que el patrimonio aporta importancia y prestigio, así para otros signifique un obstáculo. Cada individuo, tiene un origen que conecta como un grupo, una sociedad, que permite la empatía e identificación como hermanos, que respetan las diferencias generando una cohesión social y cultural, porque al conocer esas raíces, que destacan, que hacen única una localidad, trae consigo un sentido de pertenencia. Es fundamental consolidar a Fusagasugá como un territorio innovador y emprendedor, reconociendo el patrimonio y herencia para futuras generaciones, con el fin de que no desaparezca con el pasar de los años. Así, si en algún momento alguien pregunta sobre el pueblo donde nació o compartió recuerdos familiares, pueda responder orgullosamente el por qué es un ¡Fusagasugueño de Corazón!

MARCO REFERENCIAL

3.1. ANTECEDENTES

Colombia es un país con un potencial turístico y de negocios increíble, así lo menciona Bayport²², entidad financiera del país. Gracias a las condiciones geográficas, biodiversidad, hermosos paisajes y gente acogedora, este país latinoamericano se ha convertido gradualmente en uno de los principales destinos turísticos. A pesar de los inconvenientes causados por la epidemia, la industria del turismo ha logrado poco a poco impresionantes datos de recuperación económica. Según un informe compartido por el Instituto Nacional de Estadística (DANE), el sector turístico de Colombia ha generado más de US\$3.100 millones en ingresos desde 2021, año en que el sector volvió a estar activo. Esta cifra representa un aumento del 62% en comparación con 2020, donde el segmento con mayor demanda es el turismo natural.

En el libro “Gestión Organizacional. Perspectiva” publicado por la Universidad de Cundinamarca²³, destaca que Sumapaz es una de las provincias más importantes de Cundinamarca por muchas razones, como su aporte a la economía, el clima, las conexiones terrestres (región cercana a la capital: Bogotá), su riqueza natural (sistemas montañosos, flora y fauna) así como su historia, cultura, entre otros. Las características anteriores, reflejan el valor del turismo como sector de crecimiento y desarrollo regional. Sin embargo, los habitantes desconocen las oportunidades de turismo en la provincia de

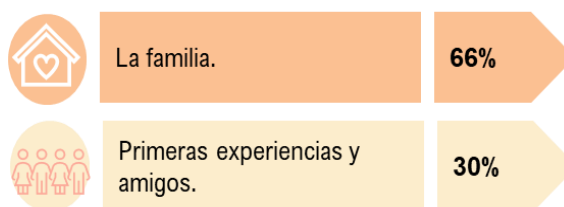
²² BAYPORT. La evidente importancia del turismo en Colombia. [Sitio web]. Colombia:2022. [consultado el 22 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.bayportcolombia.com/noticias/importancia-del-turismo-en-colombia>

²³ ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018.311 p. ISBN: 978-958-58676-7-3

Sumapaz, ante la falta de conocimiento sobre la oferta y demanda, en los territorios que conforman la provincia.

De hecho, menciona que la mayor demanda en turismo por servicios turísticos proviene un 76% del departamento de Cundinamarca; es así como el turismo interno crea identidad, e incentiva a no residentes, mantener un compromiso con la propia cultura, promoviendo la conciencia sobre fortalezas que se replicaran entre familiares y amigos, en otras partes del país. Frente a las estadísticas aplicadas en la investigación, se demostró que en cuanto a los factores de viaje al municipio, el 66% visitantes refirió que el principal motivo de visita es la familia, y el 30% expresó que las primeras experiencias y amigos. Como causa de ello, se determinó que Fusagasugá cuenta con una población móvil de visita, dado que las relaciones familiares y la facilidad de desplazamiento entre Bogotá y otros municipios permite mayor afluencia de turistas.

Figura 2. Factores de viaje



Fuente: elaboración propia, con base en ESCOBAR, E; et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018. p 56-60.

Entre los resultados establece que los familiares, son la mejor red para incentivar visitantes a la ciudad de Fusagasugá (66%), construyendo necesidades afectivas a través de visitas que fortalecen lazos familiares, obligando a que los reencuentros sean posibles y más frecuentes. A la vez, se apoya en la Guía Turística de Fusagasugá y ratifica que existe un punto de encuentro entre la oferta y la demanda, relacionado con las actividades y atractivos turísticos de la ciudad, que es el punto de encuentro de la historia, símbolos, ferias y fiestas; donde el patrimonio material identificado en sus casonas; y el patrimonio

inmaterial, cementerio, estadios y parques, entre otros elementos, son los potenciales en atracciones turísticas culturales.

La cultura turística es un factor importante al momento de promover el turismo en una localidad. De hecho, Díaz Chaparro y Machado²⁴, han analizado como las escuelas pueden incentivar la cultura en estudiantes a partir de las materias de ciencias sociales, ciencias naturales y medio ambiente. En dicho análisis, identificaron que para evitar la pérdida de identidad, se debía fomentar el turismo cultural, desde una edad temprana, al brindar elementos que favorezcan el desarrollo de un turismo sostenible; en especial actividades turísticas que se relacionan con los atractivos de la zona, tales como actividades culturales, deportivas, rutas ecológicas y culturales, entre otras.

Por otro lado, en la investigación realizada por el autor Mateo Rosales²⁵ sobre “conocer el nivel de conciencia turística de la población del cantón La Libertad caso Malecón” ante el resultado de una formación social y cultural, evidenció que un lugar para que se convierta en un destino turístico competitivo, es pertinente que los principales actores, desarrollen una identidad en base a la cultura turística, basada en valores que logren satisfacción de los visitantes en el lugar de destino. Así, la población debe presentar un sentido de pertenencia por la comunidad que le rodea, generando conciencia y significación en un impacto positivo en el turismo, sin limitar el desarrollo de proyectos que generen más turismo.

En relación sobre la importancia del conocimiento histórico y de las tradiciones de antaño, el autor Macchiavello²⁶, investigó la relación de los pobladores de la zona monumental del distrito Rimac con el desarrollo de la cultura turística. En el trabajo de investigación describe que el distrito del Rimac posee varias atracciones turísticas tales como: histórico

²⁴ DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

²⁵ MATEO ROSALES, Jessica. El desarrollo sociocultural como pilar de la conciencia turística de la población del Cantón La Libertad, caso Malecón. Tesis de pregrado Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018. 83 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4363>

²⁶ MACCHIAVELLO ALBARRACÍN, Claudia. Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rimac al 2017. Tesis de pregrado. Perú: Universidad de San Martín de Porres, 2017. 271 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3248>

cultural, natural, artesanal y gastronómico. Sin embargo, el problema consistía en el desconocimiento de estos y lo cual generaba el olvido en los habitantes, amenazando con destruir el patrimonio físico, tradiciones e historia del lugar. Finalmente, el autor concluye que aún frente al desconocimiento de las raíces culturales, existía una posibilidad en desarrollar la formación turística en los locales, donde ellos mismos, revelaron en el estudio, que a pesar de la falta de conocimiento, la comunidad si estaba interesada en la ejecución de actividades, que les permitiera un desarrollo económico, social, cultural y sostenible.

Desde sus inicios uno de los principales motivos de visita en el turismo es apreciar y disfrutar el patrimonio territorial. En términos de patrimonio cultural, la UNESCO²⁷ refiere que no solo hace referencia a monumentos y sitios, sino también a expresiones vivas y tradiciones heredadas de los antepasados. El autor Bustos²⁸, deduce que el uso de estos bienes patrimoniales, por parte de los turistas, hace que estos pueblos experimenten un proceso identitario dinámico, el cual, requiere la construcción y reconstrucción continua de la identidad como conexión de sentido.

Como menciona en otra de sus obras, el autor Bustos²⁹, indica que percatarse de la propia particularidad o identidad es también un proceso complejo. La transición de la identidad latente a la identidad de acción, ocurre solo en circunstancias específicas. En este sentido, el turismo promueve y exige un proceso de identificación, ya que es una actividad que requiere la creación de imágenes y representaciones, donde confronta al individuo con los demás, ocasionando preguntas sobre quién es, ¿por qué se encuentran juntos como pueblo?, ¿qué los emociona?, y lo más importante, ¿qué los une? Simplemente si el turista pregunta, hay que mostrar y contar la historia, para descubrir los secretos que guarda una localidad.

²⁷ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. España: UNESCO, 2020. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

²⁸ BUSTOS CARA, Rodrigo. Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. [en línea]. Argentina: 2001. 11-28 pp. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>

²⁹ BUSTOS CARA, Rodrigo. Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. [en línea]. Argentina: 2004. 1-24 pp.

La identidad es un ciclo de construcción y reconstrucción permanente, es como una imagen que ha sido borrada y se aclara por momentos, pero siempre será diferente, aunque quedan ciertas características que hacen el reconocimiento entre una comunidad a otra. A menudo, los valores culturales se transmiten junto con los valores familiares, fomentando así un sentido de integridad e ideales, permitiendo que los niños se sientan identificados con la comunidad. De acuerdo con Euroinnova Business School³⁰, la cultura se refiere a todo lo que un individuo aprende desde niño, es decir, la cultura es la suma de ideas y conocimientos adquiridos a través de la experiencia, estudio, trabajo, etc.

Colombia es un país rico en tradiciones y posee un gran tesoro cultural. De hecho, FONTUR³¹ menciona que el país cuenta con una amplia gama de ventajas comparativas, en cuanto a atributos y características asociadas a los atractivos culturales, especialmente en la expresión del patrimonio intangible, donde el valor artístico e histórico de algunas civilizaciones prehispánicas, unen un estilo de vida y cultura contemporánea con lo tradicional. Sin embargo, la creciente afluencia de turismo internacional en el país ha comenzado a demostrar que, si bien Colombia ofrece un patrimonio cultural único, su imagen de turismo cultural no es lo suficientemente fuerte por sí sola y, por lo tanto, puede confundirse con otros destinos más posicionados, tales como Perú, México, Cuba y Guatemala que lideran en este sentido.

Según Cultur, revista de Cultura y Turismo por los autores Kravets, Camargo³² referencian a Kabushkin, Large y Milone donde indican que el turismo presenta una amplia gama de diferentes tipos de turismo, tales como: turismo cultural (urbano, arqueológico, literario, etc.), turismo natural (ecoturismo, agroturismo, etc.), turismo activo (aventura, deportes, médico, religioso, etc.), turismo de negocios (congresos, reuniones, eventos, incentivos, etc.), entre otros. De igual modo, el interés por la historia, arte y

³⁰ EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [Consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

³¹ FONDO NACIONAL DE TURISMO. Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2020 [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf

³² KRAVETS, Iryna y DE CAMARGO, Patricia. La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. En: CULTUR Revista de cultura e turismo. 2008. pp. 16. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3240044.pdf>

cultura ha impulsado en general, el desarrollo del turismo cultural, cuyo objetivo es el disfrute de bienes culturales como: historia, arte, patrimonio arquitectónico, museos, gastronomía, artesanía, y más; lo cual, representa un contacto directo con varias poblaciones y costumbres de personas que conduce al encuentro entre culturas.

Al lado de ello FONTUR³³ menciona que, entre las razones, por las cuales turistas viajan a Colombia, no lo hacen específicamente por motivos culturales, no obstante, reconocen estar interesados en visitar y conocer más sobre el patrimonio que conforma al país, aunque son pocas las actividades que se implementan en la industria cultural.

El patrimonio es uno de los promotores del turismo y en principal el cultural, puesto que son las raíces que sostienen al árbol de la humanidad, como lo menciona Cassani³⁴, son referentes simbólicos de valor identitario. En otras palabras, son aquellos elementos sobre los que se construye la identidad como un pueblo y como personas. En el contexto actual, se evidencia que con el pasar de los años, muchas de las tradiciones y costumbres que moldearon al ser humano han sido cosas del pasado. Cada día no presentan la misma importancia y su huella desaparece con las nuevas generaciones. El cambio constante en los estilos de vida, los avances tecnológicos, entre otros factores, conducen al desinterés por la significación del patrimonio cultural.

Según el autor Gimón Lattoca³⁵ explica que a nivel de América Latina y el Caribe, el patrimonio es un activo valioso para el desarrollo y la mejora de la base económica. El patrimonio urbano es el capital que impulsa el desarrollo socioeconómico de la ciudad, impulsando actividades como el turismo, la arquitectura y las industrias culturales y creativas de la región. Estas generan alrededor del 2,2% del PIB regional, donde el

³³ FONDO NACIONAL DE TURISMO. Red turística de pueblos patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2012. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://redturisticadepueblospatrimonio.com.co/>

³⁴CASSANI, María Julia. Turismo y patrimonialización. ¿Proceso dinámico hacia el desarrollo? En: *Instituto de Investigaciones en Turismo, Universidad Nacional de La Plata*. [en línea]. 2014. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/45/10745/004a6fc823ee2ec4923b073e5a651285.pdf>

³⁵ GIMÓN LATOCCA, Ronald Jesús. La problemática del Patrimonio Cultural Edificado en América Latina y el Caribe. En: *Disenso, Crítica Y Reflexión Latinoamericana*. [en línea]. 2021, vol. 4, nro 1. p. 110-128. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://barropensativo.com/index.php/DISENSO/article/view/94>

turismo de forma directa e indirecta aporta 15,2%, evidenciando que ambos tienen un gran potencial de crecimiento.

El autor³⁶ afirma que la protección de estos monumentos fortalece una identidad inclusiva y ayuda a mejorar la competitividad de una ciudad. No solo permite que las comunidades de un área se unan en torno a su identidad compartida, sino que también aumenta el sentido de pertenencia y fomenta el compromiso cívico. En este sentido, en el siglo actual la globalización, el patrimonio y la identidad cultural son medios privilegiados para aumentar la competitividad de las ciudades, estableciendo la riqueza patrimonial local como una valiosa ventaja comparativa.

El autor Aguilar³⁷ menciona que la globalización constituye un contexto para articular temas viejos y nuevos, dentro del cual se pueden identificar relaciones e interacciones locales y globales. En ese sentido, se puede explicar la nueva función que otorga valor económico al patrimonio cultural y cómo se realiza a escala local. De esta manera, el poder del patrimonio para emerger en el marco de la globalización puede entenderse como una defensa de la tradición, la localidad y la diferencia frente a las tendencias homogeneizadoras de la propia globalización. Entonces hay evidencia de que han estado buscando diferenciar las partes de un mismo país, ideando estrategias para atraer turistas, mostrando parte de sus propios elementos culturales y tradiciones. El patrimonio cultural se convierte así en una importante herramienta de globalización, para no perder la herencia e historia de cada población.

Las agendas globales de desarrollo facilitan el cumplimiento de las responsabilidades locales, en relación con la protección del patrimonio. En los últimos años, la cultura y el patrimonio se han consolidado como componentes fundamentales de la Agenda de Desarrollo Internacional, desde la inclusión de la cultura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y el Acuerdo de Paris, hasta la Nueva Agenda Urbana adoptada

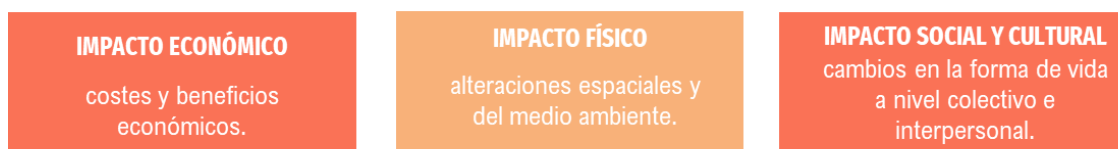
³⁶ Ibid.

³⁷ ENCARNACIÓN AGUILAR, Criado. Patrimonio y globalización: el recurso de la cultura en las políticas de desarrollo Europeas. En: Cuadernos de Antropología Social, Universidad de Buenos Aires. [en línea]. 2005, pp. 51-69. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. ISSN: 0327-3776. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180913910004>

durante la conferencia Hábitat III en 2016 reconoció que la diversidad cultural es fuente de enriquecimiento para la humanidad.

De hecho, la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas espera que el crecimiento del turismo cultural supere otros tipos de demanda internacional. El turismo cultural forma parte del fenómeno turístico en general que mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole. De acuerdo con Santana³⁸ esas repercusiones, o también llamados impactos, como se muestra en la figura 3, pueden ser asociados a tres categorías

Figura 3. Categorías de Impactos del turismo cultural



Fuente: elaboración propia, con base en SANTANA TALAVERA, Agustín. Antropología y turismo, ¿Nuevas hordas, viejas culturas? [en línea]. Barcelona: Ariel. 2020, p. 224.

En Colombia durante los últimos cuatro años las industrias culturales y creativas han representado aproximadamente el 3% del PIB, así lo menciona un artículo de La República, realizado por Muñoz³⁹, e indica que se logran generar en cifras reveladas por el DANE en la cuenta satélite de cultura y Economía Naranja 522.000 empleos. De acuerdo con una entrevista realizada por Castro, Caracol Radio⁴⁰, el director de Patrimonio del Ministerio de Cultura, Alberto Escobar, en Colombia desde 1959, con la Ley 163, comenzó a catalogar Monumentos Nacionales a lugares históricos. En la actualidad el país cuenta con 46 centros históricos como en Cartagena, Tunja, Salamina

³⁸ SANTANA TALAVERA, Agustín. Antropología y turismo, ¿Nuevas hordas, viejas culturas? [en línea]. Barcelona: Ariel. 2020, p. 224. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: Base de datos Universidad Técnica Particular de Loja <https://visorweb.utpl.edu.ec/library/publication/antropologia-y-turismo-nuevas-hordas-viejas-culturas>

³⁹ MUÑOZ RICO, Alejandra. Las industrias creativas representan 3% del PIB y lograron generar 522.000 empleos. En: Diario La República [en línea]. Bogotá. 28 de mayo de 2022. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

⁴⁰ CASTRO ARIAS, Carlos. (Periodista). El patrimonio hace parte de la identidad del país: Alberto Escobar. Cultura e identidad nacional. [programa radial]. Caracol Radio. 06, abril, 2021.

entre otros; y aproximadamente 1.100 bienes de interés cultural, afirmando que el patrimonio hace parte de la identidad del país.

Otro de los aspectos que hay que tener en cuenta es que el patrimonio se relaciona con el turismo, en la investigación realizada por Pastor Alfonso, sobre “Patrimonio cultural como opción turística”⁴¹ identifica la importancia del patrimonio para las actividades turísticas y los atributos que deben ser considerados en el marco del turismo cultural. Esto abre la posibilidad de dar a conocer la historia de un lugar o ciudad. Lo anterior deja en evidencia que los nuevos visitantes aparte de buscar el descanso, la relajación y la diversión, están interesados en conocer la cultura, comida local, música, expresiones artísticas, y tradiciones culturales que son símbolos identitarios de la región que visitan.

Así mismo, Van Fleet y Raber⁴² mencionan que la permanencia de elementos históricos, el turismo cultural y el compromiso de la sociedad alrededor del patrimonio cultural desempeñan un papel integral en la reactivación económica de las comunidades, no solo porque genera más ingresos (lo cual no siempre ocurre) sino que implica una sociedad dinámica entorno del atractivo que generan procesos participativos y formativos, capital social y bienes comunes en el mediano plazo.

El fomento de la cultura turística debe hacer coincidir sentidos de origen y destino, como indica Bartoncello⁴³ se debe buscar la producción de valor sostenible para el atractivo turístico. Es importante entender que cada lugar con una historia detrás, produce valores y estos deben ser transmitidos para que no desaparezcan ante las realidades locales.

A causa de ello, el patrimonio material y el valor que representa, ha promovido una revalorización en términos económicos y culturales, lo que ha derivado en la intervención del entorno. Por lo tanto, la mediación del gobierno tiene el deber de promover el

⁴¹ PASTO ALFONSO, María José. El patrimonio cultural como opción turística. En: Horizonte antropológicos. [en línea]. España: Universidad de Alicante. 2003, nro 9, p. 97-115. Consultado: 17 de septiembre de 2022. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/ha/a/XVMd89rnNjQC5wZNGt5BckM/?format=pdf&lang=es>

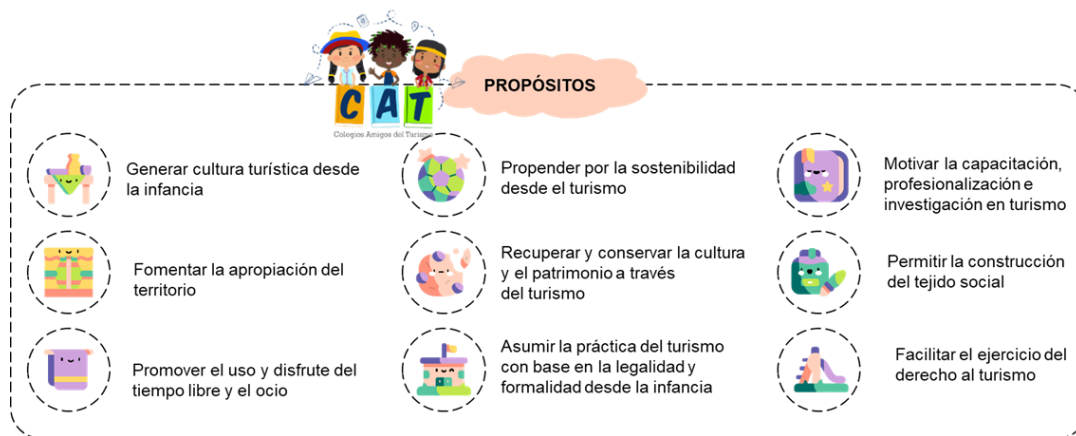
⁴² VAN FLEET, Connie y RABER, Douglas. The Public Library as a Social/ Cultural Institution: Alternative Perspectives and Changing Contexts. [La biblioteca pública como institución social/cultural: perspectivas alternativas y contextos cambiantes]. Chicago: American Library Association, 1990. p. 500.

⁴³ BARTONCELLO, Rodolfo. Turismo y Territorio. Otras Prácticas, Otras Miradas. En: Revista Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Centro de Investigaciones Turísticas. [en línea]. 2002, pp.29-50. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/259/> ISSN 0329-2045.

consumo cultural, valorando los lugares que se identifican como auténticos con carácter local o regional, teniendo en cuenta el fomento de la cultura en la población infantil y en especial la influencia de los centros educativos sobre la construcción de conocimiento e identidad cultural en la educación básica primaria.

Como resultado de ello el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo⁴⁴ desde el año 2005 creó el programa “Colegios Amigos Del Turismo -CAT” con el fin de ayudar a instituciones educativas públicas del país, a promover de manera voluntaria ideales propios, formalizando acciones y proyectos en el área de turismo hacia la comunidad estudiantil. El objetivo principal del programa es promover la cultura turística, la posesión territorial, el uso y disfrute del tiempo libre, la construcción de estructuras sociales y empresarial desde una edad temprana, centrándose en el desarrollo integral y sostenible; en el largo plazo, a través de proyectos que contribuyan a la competitividad turística del territorio desarrollado desde la escuela.

Figura 4. Propósitos Colegios Amigos del Turismo- CAT



Fuente: elaboración propia, con base en MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021.

⁴⁴ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Mincit.gov.co. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>

Todas esas observaciones derivan que la cultura se transmite en aulas de clase y que se encuentra diseñada y orientada hacia la región en la que se establece, es decir, que en cada ciudad o pueblo se sistematiza una cultura distintiva y se debe concentrar en dar a conocer la historia y características del lugar que habita.

Ahora bien, se deben transmitir aspectos culturales del país hacia los estudiantes, desde la enseñanza de la cultura en la primaria, con el fin de salvaguardar conocimientos transmitidos por varias generaciones. Dentro de los objetivos de las instituciones educativas están: preservar las tradiciones, enriquecer el conocimiento cultural de los niños, hacerlos sentir en sintonía con sus raíces y promover el multiculturalismo. Asimismo, busca evitar la pérdida de identidad cultural que ha ido en aumento durante la última década debido a ciertos factores que inciden en la formación de valores y principios sociales.

Sin embargo, los docentes también juegan un papel importante en esta relación, especialmente en la educación primaria. Deben asegurarse que el contenido cultural entregado a los estudiantes en el aula, pueda ser entendido para asegurar un proceso de aprendizaje exitoso. Por ende, se pueden realizar diversas actividades escolares relacionadas con los aspectos culturales de la comunidad. Es importante que, en el proceso de aprendizaje, se involucren las familias en la difusión de la cultura general, con el objetivo de hacerlo más ameno y divertido.

Con lo anterior, evidencia que los factores culturales se presentan en varios ámbitos de educación. Según el autor Ruiz Oliva⁴⁵, mediante el diseño de un programa para formar la cultura turística, determinó que los principales centros de educación en cultura turística son los colegios y los hogares; manifestando que sí era posible la transformación de la

⁴⁵ RUIZ OLIVA, Angela Patricia. Formación de la cultura turística para promover la conservación del Santuario Histórico de Pomac. En: Revista Científica EPISTEMIA [en línea]. 2018, pp. 1-12. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/891/758>.

conciencia en la población, dado que dependía de la actitud de quienes asumirían la responsabilidad de conservar y transmitir la historia y cultura. En base a ello, es importante que los niños aprendan a valorar y reconozcan el tesoro de las tradiciones, junto con las raíces culturales como futuros líderes del país.

3.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Para un óptimo desarrollo de la investigación es pertinente hablar sobre *cultura*, *patrimonio* y *turismo*, con el fin de comprender a mayor profundidad el concepto de turismo cultural. Además de la recopilación de información para generar una estrategia lúdica y visual, que permita el fomento del turismo cultural en los niños de la primaria en el Colegio Fundación Manuel Aya.

Sobre la historia y relevancia de la temática principal, es necesario una contribución teórica, coherente y propicia del mismo hacia el fenómeno sociocultural y su influencia en el desarrollo de la sociedad. Se recopiló información a través de la UNESCO, Ministerio de Cultura Colombiano, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e investigaciones y artículos sobre el turismo, patrimonio, cultura, identidad y educación en niños.

Antes de hablar sobre el turismo cultural, es pertinente definir el concepto de *cultura* de acuerdo con la UNESCO⁴⁶, en su Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (2001), la define como un conjunto único de características espirituales, materiales, intelectuales y afectivas que identifican a una sociedad o a un grupo social y que, además del arte y la literatura, incluye modos de vida, formas de convivencia, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

⁴⁶ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. [sitio web]. UNESCO, 2001. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Al respecto Euroinnova Business School⁴⁷ menciona que la cultura se refiere a todo lo que un individuo aprende desde niño, es decir, la cultura es la suma de ideas y conocimientos adquiridos a través de la experiencia, estudio, trabajo, etc. Por otro lado, también se refiere al conjunto de tradiciones, costumbres, objetos materiales y espirituales que caracterizan a una nación, una clase social y una época.

Por tanto, la cultura inculca valores humanos como el respeto, tolerancia, reconocimiento y aprecio de opiniones opuestas. Además de ello, genera identidad personal, valoración de la disidencia, y sobre todo conocimiento, conservación y protección por el patrimonio que transmite valores nacionales. Los factores culturales se presentan en varios ámbitos de educación, ejemplo de ello, son los símbolos patrios, que aportan al desarrollo de la identidad cultural.

El autor Ramón Zallo⁴⁸ define las *industrias culturales* como una serie de ramas, sectores y actividades industriales auxiliares que producen y comercializan bienes de contenido simbólico, concebidos por el trabajo creativo, las cuales son destinados mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.

Asimismo, define que el *patrimonio*, es el legado cultural que se recibe del pasado, que vive en el presente y que se transmite a generaciones futuras. Según Palma⁴⁹ la palabra patrimonio se relaciona con la patria, debido que es el lugar donde han ocurrido sucesos históricos, naturales y culturales. La UNESCO⁵⁰ menciona que el patrimonio cultural no se limita a los monumentos y colecciones de objetos. También incluye expresiones vivas heredadas de antepasados, como las tradiciones orales, artes escénicas, rituales, fiestas, saberes y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo, así como conocimientos y técnicas afines con la artesanía tradicional. A pesar de su fragilidad, el patrimonio

⁴⁷ EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

⁴⁸ ZALLO, Ramón. Economía de la comunicación y la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. En: Revista De Estudios De Comunicación. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria. [en línea]. 2011, vol. 12 nro. 22. p. 20. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. DOI: <https://doi.org/10.1387/zer.3682>

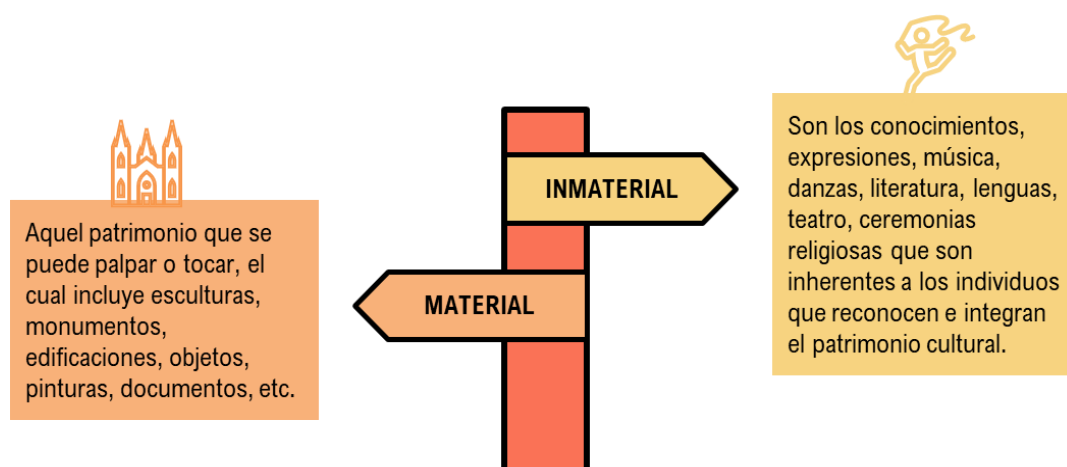
⁴⁹ PALMA PEÑA Juan Miguel. El patrimonio cultural, bibliográfico y documental de la humanidad. Revisiones conceptuales, legislativas e informativas para una educación sobre patrimonio. En: Revista Cuiculco. [en línea]. 2013, vol. 20. nro. 58. pp. 31-57. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. ISSN: 1405-7778.

⁵⁰ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. UNESCO, 2020. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

cultural inmaterial o patrimonio vivo es un factor importante para mantener la diversidad cultural.

Entre las distintas disciplinas el patrimonio ha sido tema de interés con el propósito de reconocer, conservar, generar, estudiar y promover una identidad más clara de la localidad, región o cultura donde se ha desarrollado. De acuerdo con el Ministerio de Cultura de Colombia⁵¹, menciona que solo existen dos clasificaciones de patrimonio cultural: material e inmaterial, las cuales se describen en la figura 5.

Figura 5. Clasificación de patrimonio cultural



Fuente: elaboración propia, con base en COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Nuestro Patrimonio Cultural al alcance de todos. [sitio web]. Bogotá: MinCultura, 2015.

El patrimonio material, comprende el patrimonio mueble (se puede trasladar de un lugar a otro) e inmueble (es inamovible, no se mueve de su origen). Respecto al patrimonio inmaterial, se entiende como las representaciones culturales de cada región. Este presenta la característica que se heredan de generación en generación por la comunidad o grupo que la integran, infundiendo un sentido de pertenencia, identidad y continuidad

⁵¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Nuestro Patrimonio Cultural al alcance de todos. [sitio web]. Bogotá: MinCultura, 2015. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/mes-del-patrimonio/patrimonio-cultural-al-alcance-de-todos/Paginas/Nuestro-Patrimonio-Cultural-al-alcance-de-todos.aspx#:~:text=R%2F%20Podemos%20distinguir%20dos%20clases,%2C%20objetos%2C%20documentos%2C%20etc.>

sobre la diversidad cultural y la creatividad humana. Es así como, estas clasificaciones se han hecho con el propósito de crear estrategias para la conservación de cada tipo de patrimonio.

Para Kirschenblatt-Gimblett,⁵² el patrimonio debe tener en cuenta tres características relevantes para su análisis e interpretación: primero establece una conexión cultural del pasado con los acontecimientos del presente, segundo cuando el patrimonio existe, genera valor agregado a la industria, y tercero el patrimonio promueve el turismo local cuando se comunica.

Por ello, el autor Gimón Lattoca,⁵³ menciona que el objetivo de la gestión del *patrimonio cultural* es difundir y proteger. Indica que la mejor manera de proteger es la prevención, en que la responsabilidad está en evitar el olvido y destrucción del patrimonio cultural, debido a que forma parte de legado y la cultura social. Los recursos culturales son considerados como factores de desarrollo, convirtiéndose en los recursos internos más significativos, comprenden la gastronomía, costumbres, fiestas populares, expresiones artísticas, arquitectura, artes, literatura y más.

En conjunto, son componentes que construyen una identidad cultural en un lugar geográfico. Como clave para generar turismo hacia un lugar, depende de la disponibilidad del valor significativo con el que cuente el patrimonio. Entre los factores que determinan el patrimonio de un territorio se encuentra la conservación de este a través del tiempo, el interés que se le brinda a este mismo representa las posibilidades que ofrece para el futuro. Según el autor Sáez Abad,⁵⁴ es fundamental para la diversificación económica local, la activación y reconocimiento del patrimonio, debe actuar como estabilizador de migración y como soporte de la identidad colectiva.

⁵² KIRSCHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. La cultura de las destinaciones: teorizar el patrimonio. En: Revista d'Etnologia de Catalunya. [en línea]. 2001, nro. 19, pp. 44-61. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. ISSN 1132-6581. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2951887>

⁵³ GIMÓN LATOCCA, Ronald Jesús. La problemática del Patrimonio Cultural Edificado en América Latina y el Caribe. En: Disenso, Crítica Y Reflexión Latinoamericana. [en línea]. 2021, vol. 4, nro 1. p. 110-128. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://barropensativo.com/index.php/DISENSO/article/view/94>

⁵⁴ SÁEZ ABAD, Rubén. En el patrimonio como recurso de desarrollo. En: Rehalda [en línea]. 2007, nro. 6. p. 26. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2381972.pdf>

Ahora con respecto al termino de turismo, el Ministerio de Comercio, Industria Turismo⁵⁵ indica que la palabra *turismo* proviene de “tornus”, y hace referencia a la acción de movimiento y retorno. Es la simpatía por viajar para conocer un país o región. Igualmente, la Organización Mundial del Turismo⁵⁶ define que el turismo incluye aquellas actividades que realizan las personas durante estancias y viajes en diferentes lugares al de su entorno habitual, con fines de esparcimiento, negocio u otros motivos.

Así pues, para Aceranza,⁵⁷ el turismo corresponde al descanso, educación, recreación y placer, indicando que es un modo específico de usar el tiempo de ocio con el objetivo de salir un poco de la rutina habitual que le envuelve. Según De la Torre⁵⁸, el turismo crea fuertes lazos sociales, económicos y culturales, dado que consiste en el desplazamiento continuo de personas que, por voluntad propia, se trasladan de un lugar a otro. Entre las razones de motivación se encuentra el anhelo de aprender, conocer, vivir experiencias para distraerse y deleitarse con la cultura. Lo anterior produce varias interacciones de relevancia económica, social y cultural.

En el libro “Gestión Organizacional. Perspectiva”⁵⁹ se cita a Panosso y Lohmann quienes referencian a Ramumbo, indicando que el turismo es una necesidad básica, donde la cultura es un factor motivacional para realizar un viaje, dado que las personas se interesan por el conocimiento y aprendizaje de otras culturas e incluso otros idiomas. De allí, el mercado de la educación se ha convertido en un gran influyente sobre el turismo cultural.

Con referencia a la *oferta turística* mencionan a Vázquez, Ramírez, Osorio García, & Arellano Hernández y definen que esta es comprendida como el destino turístico, donde

⁵⁵COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Turismo. [sitio web]. Colombia: MICIT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/kids/tesoros-en-colombia/turismo>

⁵⁶ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Glosario de términos de turismo. [sitio web]. OMT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

⁵⁷ ACERANZA, Miguel Ángel. Administración del turismo: Conceptualización y organización. [en línea]. Ciudad de México, México: Trillas SA, 1991. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-24-4169-2. Disponible en: <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-de-palermo/introduccion-a-hoteleria-y-turismo/aceranza-el-turismo-aspecto-conceptual/16315906>

⁵⁸ TORRE PADILLA, Oscar De La. El turismo. Fenómeno social. [en línea]. México: Fondo de Cultura Económica, 1982. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-16-0646-9. Disponible en: <https://archive.org/details/el-turismo.-fenomeno-social-oscar-de-la-torre-padilla/page/n5/mode/2up>

⁵⁹ ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018. p. 311. ISBN: 978-958-58676-7-3

se encuentra la oferta de servicios o productos que serán demandados por el turista. Según la Organización Mundial del Turismo,⁶⁰ señala que un producto turístico crea vínculos fuertes con la comunidad local, puesto que los habitantes y los modelos de vida son los que le caracterizan entre un destino turístico de otro. Así, el sello que diferencia la visita entre un lugar a otro son las costumbres y bienes culturales propios de cada región.

Similarmente, Rendón⁶¹ desde la perspectiva económica, revela que la actividad turística genera múltiples beneficios, como la redistribución del dinero y creación de empleo, los cuales son elementos esenciales del desarrollo y benefician a la población receptora. El efecto económico del turismo se representa por el gasto de los turistas e incide en los ingresos de los destinatarios iniciales como en hoteles, restaurantes, comercios, etc. Esto a su vez trae beneficios indirectos, cuando se genera un flujo de dinero en el mercado local, a través de la oferta de productos o servicios que los establecimientos ofrecen hacia los turistas. Así, las sociedades se dan cuenta de la utilidad del turismo cuando se integra en el proceso de desarrollo y se les permite usar sus habilidades para gestionar los recursos locales y hacerlos sostenibles. De esta forma, se crea identidad cultural, se fortalece el sentido de comunidad y se propicia el cuidado, difusión del patrimonio natural y cultural.

En el caso del tema que nos atañe, la guía turística metodológica para proyectos de turismo cultural y sustentable⁶², lo define como aquel que tiene presente aspectos culturales, sociales y económicos en la oferta y demanda de servicios o productos, cuyo objetivo es rentabilizar económica y socialmente el espacio local, donde el individuo desarrolla actividades turísticas para obtener un acercamiento con la cultural del lugar.

⁶⁰ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Demanda oferta y mercado turístico. [sitio web]. OMT, 2006. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/03/Demanda-oferta-ymercado-tur%C3%ADstico-Unidad-2.pdf>

⁶¹ RENDÓN, María Luisa. El Municipio y el Desarrollo Turístico Local. Lima, Perú: [s.n.], 2006. p. 104. ISBN 9972-33-282-9.

⁶² CHILE. CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. [sitio web]. Chile: La Institución, 2015. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

En otras palabras, se concentra en descubrir y conocer nuevas costumbres, tradiciones, festividades, estilos de vida, historia y por supuesto, monumentos del sitio visitado.

Paralelamente, ante el concepto de turismo cultural, el autor Iriarte,⁶³ se refiere a éste, cuando el destino atrae a los turistas con algún tipo de producción humana, una obra, un monumento, una expresión artística, un baile, una ceremonia, una feria gastronómica, u otras características que son singulares de un lugar, donde se incentiva el recorrido cultural.

La UNESCO⁶⁴ define la dimensión cultural del proceso socioeconómico para lograr el progreso duradero de los pueblos como modelo de desarrollo humano integral y sostenible. Se considera una actividad que contribuye no solo al desarrollo económico, sino también a la integración social y acercamiento entre pueblos, el cual desemboca en integración de políticas culturales y turísticas, como portadora de valores y respeto por los recursos naturales y culturales.

El turismo cultural es una actividad que implica varias áreas, en la figura 6 se observan los componentes que integran el turismo sostenible, tales como la economía, sociocultural y medio ambiente.

Figura 6. Componentes que integran el turismo sostenible



Fuente: elaboración propia, con base en la UNESCO. El turismo cultural y creativo hoy.

⁶³ IRIARTE CÉSPEDES, Fernando. Cultura y turismo cultural. [sitio web]. [s.n.]: [s.n.], 2008. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtml> - 15.03.2008

⁶⁴ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. El turismo cultural y creativo hoy. [sitio web]. UNESCO, 2022. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

En la guía metodológica para proyectos de turismo⁶⁵ se identifican diversos tipos de turismo que se relacionan directamente con aspectos culturales, entre ellos: el turismo comunitario, etnoturismo, agroturismo, ecoturismo, religioso, urbano, rural y por supuesto el patrimonial. Con relación a la profundización sobre la historia y el desarrollo de Fusagasugá, es importante tener en cuenta el turismo patrimonial, dado que el municipio cuenta 110 bienes patrimoniales y 11 monumentos, los cuales son testigo del desarrollo local.

El *turismo patrimonial* se refiere al desplazamiento de personas motivadas por intereses especiales que presentan los recursos patrimoniales locales. Los conceptos de turismo patrimonial y el turismo cultural se suelen confundir. Aunque estén muy relacionados, el turismo cultural representa un concepto más amplio que el turismo patrimonial.

La UNESCO,⁶⁶ menciona que el patrimonio cultural no se limita a los monumentos y colecciones de objetos. También incluye expresiones vivas heredadas de antepasados, como las tradiciones orales, artes escénicas, rituales, fiestas, los saberes y prácticas relacionados con la naturaleza, el universo y los relacionados con la artesanía tradicional. A pesar de su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial o patrimonio vivo es un factor importante para mantener la diversidad cultural. El turismo patrimonial trae beneficios para la comunidad local y promueve la protección de sus bienes culturales y tradiciones vivas, a través del compromiso entre ciudadanos, empresarios turísticos y entidades públicas, en pro de gestionar un desarrollo turístico sostenible, con el fin de dejar una herencia cultural a futuras generaciones.

Reiterando en el libro “Gestión organizacional. Perspectiva”⁶⁷ indica que el *turismo histórico y cultural* juega un papel importante en el país, y esta tendencia está relacionada con el patrimonio y la cultura del destino. Este vínculo se fortaleció a partir de la década

⁶⁵ CHILE. CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. [sitio web]. Chile: La Institución, 2015. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

⁶⁶ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. UNESCO, 2020. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

⁶⁷ ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018. p. 311. ISBN: 978-958-58676-7-3

de 1970, cuando la UNESCO estableció la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. Hoy existen más de 1.000 lugares o sitios designados como Patrimonio de la Humanidad, de los cuales 802 son culturales, 197 naturales y 32 mixtos. Entre las razones que explican el aumento de la demanda de turismo cultural, es debido que el mundo tiene mayores niveles de educación, lo que ha llevado a un aumento generalizado del interés por la cultura.

En el artículo “La Formación en Cultura Turística en Instituciones Educativas: Un Aporte del Programa Colegios Amigos Del Turismo en Colombia” realizado por Díaz y Machado⁶⁸, se señala que frente al papel que desempeñan las instituciones educativas en el contexto del turismo cultural, es la responsabilidad que representan en el momento de la formación académica de los estudiantes, en especial, con actividades complementarias que les permitan discernir, construir y contribuir la construcción de identidad, mediante el reconocimiento de la historia y cultura del territorio, por el lugar que se encuentra ubicada la escuela de formación.

Las actividades turísticas están relacionadas con los tipos de atractivos de la zona, como la cultura, el deporte, el contacto con la naturaleza y los eventos culturales. Además, estas actividades deben considerar el crecimiento personal o el desarrollo de algún programa de acuerdo con los criterios que la comunidad educativa considere pertinente. Los autores Díaz y Machado⁶⁹, referencian al autor Cammarata, comentando que en definitiva el fomento de la cultura se debe generar en los alumnos, pero a la vez, en docentes, con el fin de que exista una correcta apropiación y pertenencia sobre el entorno que habita. Así, implica conocer los lugares con potencial turístico del territorio ante la necesidad de preguntarse quién es, qué capacidad y respeto el individuo tiene para confrontar a otras personas y detectar el tipo de relaciones que existen en el territorio.

⁶⁸ DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

⁶⁹ Ibid. p. 35

En la guía para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sostenible,⁷⁰ mencionan que la estrategia comercial tiene que ver con el mensaje y conceptos que se quieren transmitir, por esto hay que ser convincente y motivador para dar a conocer el patrimonio, donde los niños se sientan invitados a la preservación del bien.

En continuación, con el artículo sobre “La formación en cultura turística en instituciones educativas un aporte del programa Colegios Amigos del Turismo” por Diaz y Machado⁷¹, referencian a los autores Lickorish y Jenkins, señalando que cuidar las comunidades y hacer que las personas se identifiquen con ellas, es la mejor forma de preservar tradiciones y estilos de vida; el turismo resalta valores sociales de la sociedad que destaca el ocio y el descanso; incluso puede modernizar tradiciones de la arquitectura local, patrimonio histórico y el entorno cultural.

No obstante, los autores advierten que en muchos países, los turistas pueden ofender a las poblaciones locales sin darse cuenta, al no conocer las costumbres, tradiciones y patrones locales. En este sentido, si los estudiantes se dan cuenta de la importancia de su destino en la escuela, desarrollarán un mayor compromiso con el uso y conservación de los recursos naturales y culturales. Dicha sensibilización y dotación, debe realizarse a través de la planificación en actividades educativas, en relación con la cultura turística de la región.

Asimismo, ratifican que a medida que se presenten interacciones positivas entre el turista y las personas locales, generan beneficios en torno a los intercambios culturales, donde se crea un círculo social, cultural, amistoso y responsable. En el artículo, también citan a Gurria Di-Bella⁷² y plantean que la cultura turística, compete tanto a locales como turistas, debido a que se pueden encontrar y desenvolver en diferentes ambientes como familia,

⁷⁰ CHILE. CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. [sitio web]. Chile: La Institución, 2015. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

⁷¹ DÍAZ CHAPARRO, Anaïd y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

⁷² GURRIA Di,Bella. Citado por DÍAZ CHAPARRO, Anaïd y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

trabajo, escuela, entre otros. Lo anterior, hace que visitantes y visitados, logren una comprensión mutua sobre la cultura e historia de una misma región.

Implícito al tema, sobre la cultura turística en instituciones educativas, referencia al autor Rueda⁷³ quien hace la aclaración que la cultura se debe brindar a prestadores de servicios como a turistas; menciona que es imperativo crear una conciencia como colombianos, con orgullo y respeto por el tesoro cultural que se tiene, con el fin de poder exigir a los turistas el cuidado por el entorno que visitan; la manera en que se puede cumplir es enseñando a la comunidad la existencia e importancia de los recursos naturales y culturales dentro de la región, y dicho aprendizaje generará un sentido de pertenencia, que perdurará en futuras generaciones.

Es así como las instituciones causan grandes transformaciones desde los aprendizajes alcanzados por estudiantes, si se aplica a la práctica social, los conocimientos adquiridos sobre la realidad del entorno natural y cultural, esto ayudará al desarrollo de una mejor calidad de vida en la comunidad, a través del apoyo de actividades turísticas, generando un sentido de pertenencia sobre el entorno que le rodea.

De hecho, el desarrollo del turismo permite un dinamismo en la ciudad que se promueve, convirtiendo dicha actividad en una ventaja competitiva, frente a otros lugares del país. De esta manera, el autor Porter⁷⁴, refiere que la competitividad consiste en mantener e incrementar la capacidad de participación en los mercados internacionales al mismo tiempo que se mejora el nivel de vida de la población. La única forma segura de lograr esto es a través de una mayor productividad.

En el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 "*Turismo: el propósito que nos une*"⁷⁵, menciona que para mejorar la competitividad en Colombia como un destino turístico, es necesario fortalecer iniciativas sobre el fortalecimiento de productividad, enfocándose en

⁷³ RUEDA. Citado por DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

⁷⁴ PORTER, Michael. La ventaja competitiva de las naciones. Ed. Plaza & Janés. España: 1991. pp. 63-107

⁷⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Presentación. [sitio web]. Colombia: MINCIT. 2012. [Consultado el 22 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales/turismo/presentacion-1/presentacion>

el reconocimiento y generación de valor por parte de la sociedad como actores del sector turismo, lo cual, se reflejará en el posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Asimismo, Porter menciona que el éxito nacional no está por sectores aislados, sino en grupos de sectores vinculados por relaciones verticales y horizontales. La economía de un país consiste en una mezcla de grupos cuya composición y fuentes de ventaja competitiva (o desventaja) reflejan el estado de la economía.

En la ponencia “ventajas competitivas/comparativas relacionadas con el desarrollo del turismo, provincia del Sumapaz” realizado en la Universidad de Cundinamarca⁷⁶, menciona que la ventaja comparativa, según David Ricardo, hace referencia a la productividad que se genera en una economía, donde los países deben especializarse en aquello que mejor sabe hacer. De igual forma, citan a Dwymer & Kim, donde relacionan la competitividad de un lugar de destino, con la habilidad y destreza al momento de ofrecer bienes y servicios turísticos, de manera más eficiente, frente a cómo lo hace la competencia directa.

Asimismo, referencian a Ritchie y Crouch, quienes describen que la ventaja comparativa y la ventaja competitiva en el contexto de turismo, alude a aquellos recursos propios y atractivos como los elementos claves para que visitantes se animen en regresar al destino turístico, en base a las buenas experiencias generadas.

De lo anterior, se puede inferir que se debe crear planes de acción, con el fin de fortalecer y hacer competitivos sectores de la economía a través de estudios, investigaciones e inversiones.

⁷⁶ SECTOR TURISMO. Ventajas competitivas/comparativas relacionadas con el desarrollo del turismo, provincia del Sumapaz. En: Congreso Internacional en Gestión Organizacional: la empresa del siglo XXI (IV: 2022, Fusagasugá). IV CONGRESO INTERNACIONAL EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL: LA EMPRESA DEL SIGLO XXI: 2022. pp. 4-29.

3.3. MARCO LEGAL

3.3.1. LEY 115 DE 1994. LEY GENERAL DE EDUCACIÓN. “Por la cual se expide La Ley General de Educación”⁷⁷. El objeto de la Ley, es establecer la educación como un proceso de formación, permanente, personal, cultural y social basado en una gran concepción holística de la persona, su dignidad, sus derechos y sus deberes. Así se apoya en el artículo 67 de la Constitución Política de Colombia, indicando que se debe definir y desarrollar la organización e impartición de la educación básica (primaria y secundaria), no formal e informal para toda la población.

La Ley 115 también contempla el utilizar el tiempo libre para realizar ejercicio físico, como deportes recreativos, además de promover la multiculturalidad; donde el estudio eficaz y la comprensión crítica de las culturas nacionales, la diversidad étnica y cultural de la nación, son la base de la unidad y la identidad. Por ende, las instituciones educativas, deben formar estudiantes, para facilitar la participación de todas las personas, en la toma de decisiones que les afectan en la vida económica, política, administrativa y cultural del país.

3.3.2. LEY 2068 DEL 2020. NUEVA LEY DEL TURISMO. Modifica la Ley 300 de 1996, sancionada como la nueva Ley 2068 del 2020 “Por el cual se modifica la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”⁷⁸. El objetivo principal fue generar una reactivación económica en el sector, en busca de promover, formalizar, fortalecer la sostenibilidad, dado que el sector fue afectado por la contingencia del COVID-19.

⁷⁷ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Ley 115. (08, febrero, 1994). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones En: Diario Oficial. pp. 50.

⁷⁸COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Ley 2068 de 2020 (31, diciembre, 2020). La nueva Ley de Turismo. fue sancionada por el presidente Duque.2020. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/ley-de-turismo-sancionada-por-el-presidente-duque>

En compañía del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como máximo representante, crea y apoya programas que permitan el fomento del turismo en toda la población, incluyendo la participación de las instituciones educativas en primaria, secundaria, técnica vocacional o normalista del país; con tal de promover el potencial y desarrollo social, ambiental, económico y cultural en territorios y comunidades. El objetivo es la generación de un conocimiento y aplicación de ética hacia el sentido de pertenencia, forjando una sociedad capaz de enfrentar y actuar con responsabilidad para el entorno que le rodea, así como el buen uso del tiempo libre, y ocio recreativo desde la pedagogía.

3.3.3. LEY 397 DE 1997. LEY GENERAL DE CULTURA. En 1997 se promulgó la Ley General de Cultura⁷⁹, por la que se establecieron los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política, y se dictaron normas sobre patrimonio cultural, promoción e incentivos culturales, y se creó el Ministerio de Cultura. La ley es producto de años de investigación, discusión y sistematización de los derechos y obligaciones relacionados con la identidad, la diversidad, la participación, la memoria, la creatividad y las prácticas culturales de las distintas sociedades que conviven en Colombia. Asimismo, sienta las bases para un proceso de transformación cultural basado en los principios de descentralización, participación, planificación, autogobierno y jurisdicción territorial.

Esta norma consta de cuatro títulos. El primero de ellos establece los principios básicos y definiciones de la cultura, el segundo es una guía del patrimonio, el tercero es la promoción y dinamización de las actividades creativas, de investigación, artísticas y culturales, y el cuarto se refiere a la gestión cultural.

⁷⁹ FUNCIÓN PÚBLICA. Ley 397 de 1997 (07, agosto, 1997). Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. En: Diario Oficial. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

3.3.4. LEY 2184 DE 06 DE ENERO DE 2022. De acuerdo a Legis⁸⁰, esta Ley se establece el régimen jurídico para mejorar la sostenibilidad de representaciones artísticas y culturales a través de la identificación, evaluación y promoción mediante la difusión, formación, educación hacia saberes y oficios culturales relacionados con las artes, industrias creativas, con enfoque hacia la preservación del patrimonio cultural, desarrollado por organismos colombianos, como representantes y fuentes del desarrollo económico, social, y cultural, para impulsar el progreso en territorios hacia la correcta coordinación de los sectores productivos.

⁸⁰ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 2184 de 2022 (06, enero, 2022). Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Enero, 2022.

4. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Las investigaciones tienen que estar sostenidas en información fidedigna, que den respuestas a lo cual se desea llegar a identificar. Para eso, se necesita hacer un proceso de recolección de información de manera ordenada, teniendo presente las metas que se desean conseguir con base en la profundización de la información.

Según los autores Hernández y Mendoza,⁸¹ se puede implementar las herramientas necesarias para la recolección de información, obteniendo la indagación con resultados confiables. Se realizó el tipo de investigación descriptiva, que utiliza un conjunto de herramientas de carácter analítico y transversal. Los datos se obtuvieron por medio de diferentes técnicas como la observación y análisis de la información; y responde a preguntas que ayudaron a describir alguna situación.

Es imprescindible la selección correcta del instrumento indagatorio, debido a que el resultado posibilita tomar decisiones exactas para la ejecución de lo cual se tiene postulado al realizar el proyecto. De acuerdo con Alan y Cortez⁸², explican que la investigación cualitativa y cuantitativa, permite la recolección de datos, para que en su integración, se logre una mayor interpretación del fenómeno de estudio.

Por ello, la investigación explorara relaciones sociales en conexión con el turismo, prácticas culturales y el entorno natural, desde el fomento de la cultura en la institución educativa. Es así como se identificaron variables numéricas, entorno al conocimiento y aprendizaje en aspectos económicos y sociales del turismo cultural del municipio.

⁸¹ SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto y MENDOZA TORRES, Christian. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 6ª. ed. [en línea]. México: Editorial Mc Graw Hill Education, 2018, p. ISBN: 978-1-4562-6096-5, p. 714.

⁸² ALAN NEILL David y CORTEZ SUARÉZ Liliana. En: Procesos Fundamentos de la Investigación Científica. [En línea]. Editorial Utmach. 2018 [Consultado el 21 de Septiembre, de 2018]. Capítulo 4. Disponible en <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

4.2. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Para la investigación correspondiente se utilizó el Muestreo por Conveniencia. De acuerdo con Malhotra⁸³, en este tipo de muestreo, no puede establecer de una manera exacta la probabilidad de que un elemento de la población participe en la muestra, sin embargo, se realiza la aplicación en los estudios con paradigma exploratorio; cuando las muestras se seleccionen de manera no aleatoria, sólo es posible hacer afirmaciones de tipo descriptivo sobre la muestra.

En esta técnica de muestreo por conveniencia, permite que las muestras se seleccionen basándose únicamente en el conocimiento y la credibilidad del investigador, en otras palabras, eligen solo aquellas personas que consideran que son las adecuadas para participar en un estudio. Es por esta razón, que este tipo de muestreo se utiliza para determinar si existe un rasgo o característica particular en una población, se usa cuando se tiene un tiempo limitado y se realiza para observar si un tema en particular necesita un análisis en profundidad.

La muestra seleccionada corresponde a niños de los grados tercero, cuarto y quinto de primaria del Colegio Fundación Manuel Aya. Seleccionado por su antigüedad y reconocimiento en Fusagasugá.

Localizado en la transversal 12 No 17-10 ubicado en el municipio de Fusagasugá - Cundinamarca. La institución pertenece al grupo de entidades privadas, es decir que los acudientes de los estudiantes deben realizar el pago de una mensualidad, cuya estratificación es nivel 3 o un nivel superior.

⁸³ MALHORTA NARESH K. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Pearson. ISBN 978-970-26-1185-1. Disponible en www.pearsoneducacion.net/malhotra

La Fundación Manuel Aya⁸⁴, se origina en el legado testamentario de don Manuel Aya Díaz, médico Fusagasugueño, senador y periodista. Don Manuel Aya Díaz redactó varios testamentos para crear un proyecto cultural, literario educativo en el Sumapaz, legado que constituye en 1955 “La Fundación Manuel Aya”. Luego en el año 1983, la fundación crea el Colegio Fundación Manuel Aya, aprobado por la Secretaria de Educación de Cundinamarca, como institución de Educación Media para otorgar el título de Bachiller Académico.

Tiene como objeto principal dar cumplimiento a la voluntad del señor Manuel Aya, de preferencia participar en el establecimiento y mantenimiento de un centro docente y educativo y otras actividades en la ciudad de Fusagasugá y la región de Sumapaz. Lo anterior con extender sus operaciones a otras partes del país o incluso al exterior. La educación en la institución, estará inspirada en los más altos ideales patrióticos. Así los estudiantes que pertenezcan en el colegio, recibirán instrucción práctica directamente relacionada con sus necesidades y serán educados en una clara atmósfera ética.

Entre los principios y valores que se fomentan en la población estudiantil son la rectitud, sinceridad, lealtad, y responsabilidad sobre sus actos, siendo actores nobles y cumplidores de sus deberes para consigo mismos y con la sociedad en que viven, y que luego han de servir, con la mejor voluntad en espíritu de libertad y democracia. En la tabla 1, se detalla la ficha técnica con la muestra seleccionada.

Tabla 1. Ficha técnica de personas a encuestar

FICHA TÉCNICA	
Ámbito Geográfico	Fusagasugá, Cundinamarca
Edades	8- 12 años
Características	Estudiantes de primaria pertenecientes al Colegio Fundación Manuel Aya.

⁸⁴ FUNDACIÓN MANUEL AYA. [sitio web]. Fusagasugá: La Institución. [Consultado el 21 de Septiembre]. Disponible en: http://fundacionmanuelaya.com/acerca-de-nosotros_1.html

Método Recolección Información	Formulario de encuesta
Procedimiento de Muestreo	Por conveniencia
Tamaño de la Muestra	94 niños

Fuente: Elaboración propia

4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El autor Hernández Sampieri⁸⁵, menciona que los instrumentos de recolección son aquellos medios por los cuales se acumula o recoge la información necesaria para apoyar el desarrollo en la investigación, estos instrumentos se encuentran clasificados en dos fuentes: primarias y secundarias. Las fuentes primarias son aquellas en las que los datos acumulados se generan de la población o de la muestra en el desarrollo de la investigación, en cuanto a las fuentes secundarias se obtienen de documentos previamente elaborados como por ejemplo libros, artículos, archivos estadísticos, medios de comunicación e internet.

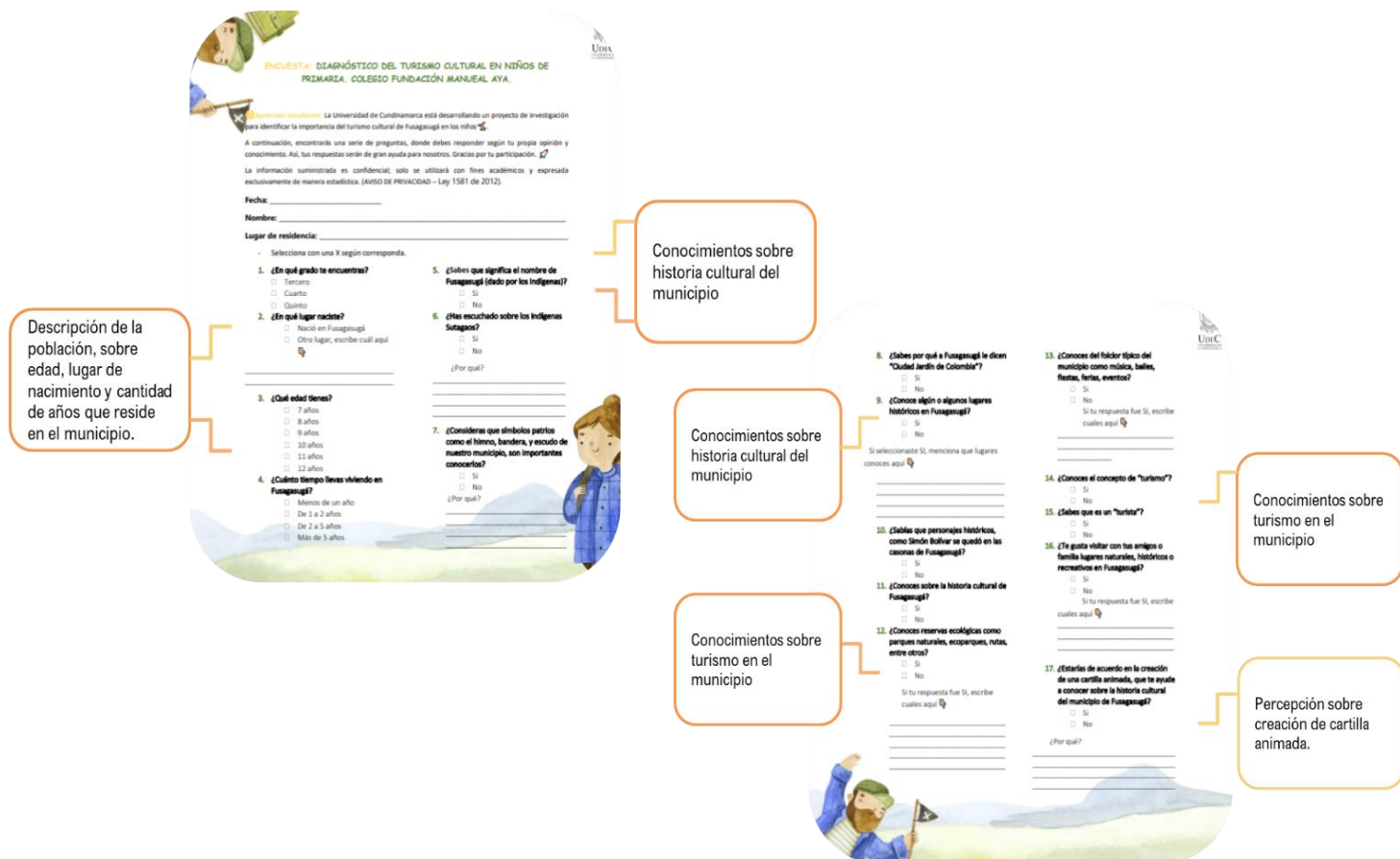
En referencia a las fuentes primarias, consistió en crear un banco de datos, para luego analizarlo, y realizar una encuesta para obtener un porcentaje sobre la cantidad de niños que reconocen la importancia de la cultura y bienes patrimoniales con que cuenta Fusagasugá. Esta se aplicó de manera presencial en aulas de clase, con el apoyo de los administrativos y docentes del colegio.

Se diseñó con un total de 17 preguntas, con opciones de selección de respuesta entre Si o No, justificando algunas respuestas, para obtener una mayor perspectiva en comprensión y conocimiento sobre el turismo cultural de Fusagasugá.

⁸⁵ SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto y MENDOZA TORRES, Christian. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 6ª. ed. [en línea]. México: Editorial Mc Graw Hill Education, 2018, p. ISBN: 978-1-4562-6096-5, p. 714.

En la estructura de éste se relacionaron preguntas orientadas hacia las áreas de la historia cultural, turismo, patrimonio material e inmaterial de Fusagasugá, y la percepción de la población hacia la creación de una cartilla como apoyo pedagógico, como se detalla en la figura 7.

Figura 7 Estructura de encuesta



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, las fuentes secundarias, se obtuvieron a partir de información teórica, mediante aportes de bases de datos por parte de la Alcaldía y la Secretaria de Cultura en Fusagasugá, repositorios y documentos de la biblioteca de la Universidad de

Cundinamarca e internet. Para la identificación del patrimonio municipal material e inmaterial, se seleccionaron cuáles serían los bienes inmuebles o expresiones culturales que se comunicaron a los estudiantes. Teniendo en cuenta la edad de la población objetivo, se hará el fomento del turismo cultural.

4.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Al realizar la investigación sobre la perspectiva que la comunidad presenta ante el patrimonio cultural en Fusagasugá, se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos, debido que la información recolectada se analizó de forma detallada, utilizando herramientas como bases de datos, encuestas, el entorno, los detalles visuales y descriptivos que se obtuvieron al aplicar las encuestas.

- Para realizar el análisis de datos se utilizaron programas básicos computacionales como Excel y Word.
- Se crearon gráficos respecto a las respuestas obtenidas de las encuestas. Cada área y pregunta se calificó con una colorimetría a partir de las opciones de respuesta: Si o No.

5. RECURSOS

5.1. RECURSOS HUMANOS

En el área de recursos humanos se requiere de la oportuna ayuda de asesores asignados y el estudiante que llevará a cabo el diagnóstico. Se determina en la tabla 2.

Tabla 2. Recursos humanos para realización del proyecto

ASESORES	ESTUDIANTE
María Cristina Velásquez Ardila	Mayerly Cantor Guerrero
Elizabeth Ann Escobar Cazal	

Fuente: Elaboración propia

5.2. RECURSOS INSTITUCIONALES

Para la ejecución del proyecto es necesario la colaboración y participación de la entidad educativa Colegio Fundación Manuel Aya, donde se llevó a cabo el diagnóstico del turismo cultural en los niños de primaria, específicamente en los grados tercero, cuarto y quinto.

5.3. RECURSOS MATERIALES

Medios tecnológicos como computador y dispositivo móvil para realizar un oportuno desarrollo en la aplicación de encuestas y análisis de datos.

5.4. RECURSOS INSTITUCIONALES

Apoyo de la universidad con asistencia de docente y biblioteca virtual para acceder a información. Asimismo, se requiere de bases de datos suministradas por la Alcaldía Municipal y la Secretaría de Cultura, para una oportuna investigación de la historia y bienes patrimoniales.

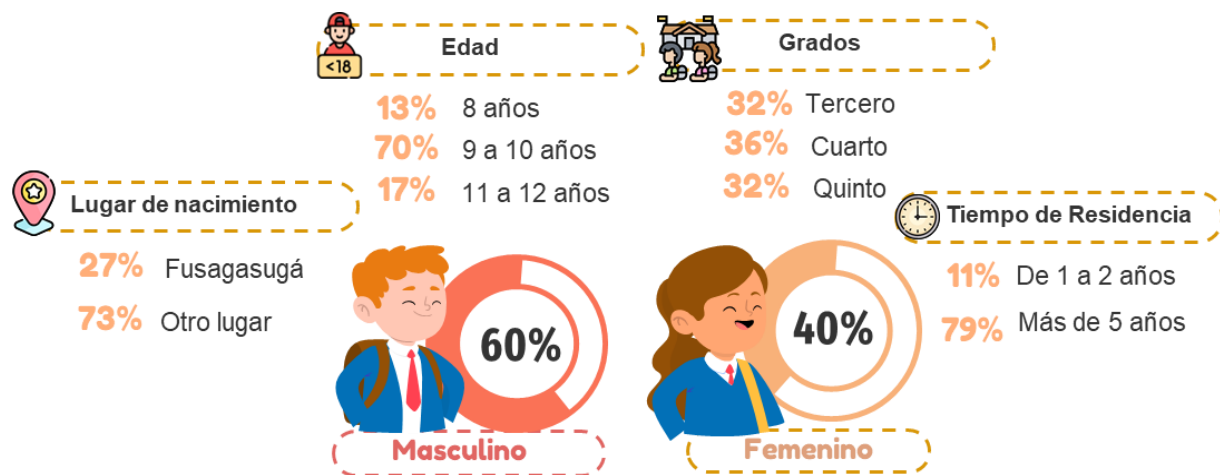
6. CAPITULO UNO

6.1. IDENTIFICAR EL SENTIDO DE PERTENENCIA Y APROPIACIÓN CULTURAL DE LA POBLACIÓN PARTICIPANTE

Con el propósito de identificar el sentido de pertenencia y la apropiación cultural en los niños, se aplicaron encuestas en los grados tercero, cuarto y quinto del Colegio Fundación Manuel Aya. Esta herramienta requería de un lenguaje claro y sencillo, teniendo en cuenta la edad de la población objeto de estudio, correspondiente a niños con edades comprendidas entre los 8 y 12 años.

Para realizar el diagnóstico es importante identificar el perfil de la población seleccionada para el estudio, en la figura 8 se describen las principales características de los niños de primaria del Colegio Fundación Manuel Aya, teniendo en cuenta los porcentajes de mayor valor en las respuestas brindadas por los participantes.

Figura 8. Perfil de la población de estudio



Fuente: Elaboración propia. Iconos obtenidos por Flaticon.

De acuerdo con los datos obtenidos del total de los 94 encuestados, el 60% (56) corresponde al sexo masculino y el 40% (38) femenino. La edad es comprendida por

niños de 8 años, con 13% (12); de 9 a 10 años, 70% (66); de 11 a 12 años, 17% (16). Basados en el informe del producto turismo familiar, del Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana,⁸⁶ se define que un niño en el área de turismo no sobrepasa los 14 años.

Por otro lado, sobre el lugar de origen, se determinó que el 27% (25) son nativos fusagasugueños y el 73% (69) han nacido en otro lugar, revelando que quienes residen en el municipio provienen de otras partes del país. La población con mayor participación fue el grado cuarto con 36% (34), tercero y quinto representaron el 30% (30) respectivamente. En ese sentido, Mendivil⁸⁷ señala que la educación debe ser transcultural, debido a que los seres humanos conviven en sociedades, donde fenómenos como la migración, aumenta gracias a la globalización que hoy en día existe, permitiendo mayor conexión entre diferentes comunidades. Por lo tanto, exige que los integrantes de una comunidad educativa, deben estar preparados para acoger nuevos miembros, es decir, que la población en la sociedad es tan diversa, que se integran personas provenientes de otros lugares, aclarando que así existan más visitantes que locales, la cultura de la región debe permanecer.

Igualmente, en el trabajo de grado sobre el fortalecimiento de la Identidad Cultural en el municipio Sutatausa por la autora Rodríguez⁸⁸, menciona que, para promover la cultura de un lugar y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, requiere el conocimiento y comprensión de las tradiciones que provienen de ese mismo lugar, así, las personas nativas incorporan mayor arraigo y credibilidad en el momento de visitar o mostrar el patrimonio cultural.

⁸⁶NACIONES UNIDAS. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo [en línea]. Madrid: 2010. pp 3. [Consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1s.pdf.

⁸⁷ MENDIVIL, Luzmila. El arte en la educación de la primera infancia: una necesidad impostergable. En: Educación. Septiembre 2011, vol. 10, nro. 39. pp. 23-36. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802>. ISSN 1019-9403.

⁸⁸ RODRÍGUEZ, Jenny. Fortalecimiento de la Identidad Cultural en la Infancia del Municipio de Sutatausa mediante los Pilares de la Educación Inicial para el Desarrollo Integral. Tesis de Trabajo de grado. Chiquinquirá: Universidad Santo Toma, 2021. 217 p. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: [filjennyrodriguez%20\(1\).pdf](http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802).

Frente al tiempo de residencia en Fusagasugá, el 11% (10) de las respuestas indican un periodo entre 1 a 2 años; y el 79% (74) lleva viviendo más de 5 años, lo que indica que, a pesar de no ser nativos, la mayoría ha habitado por un periodo prolongado en Fusagasugá. Así retomando a Rodríguez⁸⁹ en sus resultados se presenta que uno de los entrevistados no era nativo de Sutatausa, respondiendo que, aunque no nació allí, desde pequeño llegó al municipio de Boyacá, y eso mismo justificaba que se sintiera sutatausano.

Para el estudio con niños entre 8 y 12 años y una permanencia en el municipio de más de 5 años, corresponde a más de la mitad de su vida, por lo que se consideran como locales.

La globalización, permite el intercambio de convivencia entre diferentes culturas en un mismo territorio. Kim y Hong⁹⁰ mencionan que hay dos tipos de respuesta por parte de una población migrante distinto a su origen, el cual es la asimilación y la aculturación. Básicamente describe que el primer término se refiere que la comunidad receptora busca preservar la identidad, historia y cultura sobre los nuevos migrantes. Como resultado de ellos, los nuevos individuos pierden gradualmente aquellos conocimientos culturales e históricos de origen y adopta nuevos patrones culturales.

⁸⁹ Ibid. p. 51

⁹⁰ KIM, Y HONG, S. Intersectionality of cultural identity among immigrants in South Korea from a multidimensional acculturation perspective. En: Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work. 2019. pp. 1-15. [consultado el 05 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/15313204.2019.1590276.

Figura 9. Historia Cultural. ¿Conoces sobre la historia cultural de Fusagasugá? y ¿Sabes qué significa el nombre de Fusagasugá (dado por lo indígenas)?



Fuente: Elaboración propia. Iconos obtenidas por Flaticon.

Respecto a las preguntas realizadas sobre el conocimiento de la historia cultural, el estudio mostró que solo el 37% (35) de los niños conocen la historia de Fusagasugá, en contraposición, el 63% (59) la desconocen. Más de la mitad de la población, aspecto negativo para la identidad del municipio. Carretero,⁹¹ menciona que la historia se encuentra en un lugar de reconocimiento vigente en todas las sociedades y sus raíces se forman desde la infancia y adolescencia, es decir, en estas edades se desarrolla la identidad, la historia cultural toma un “arraigo imperecedero”. Igualmente, Villar ⁹² señala que es necesario comprender el pasado para conocer, entender y vivir el presente, puesto que el comprender es inalcanzable sin conocer.

Ante la incógnita del nivel de conocimiento sobre el significado del nombre designado por los indios Sutagaos hacia el municipio, el 72% (68) de los niños lo desconocen, solo el

⁹¹ CARRETERO, M. Documentos de identidad: La construcción de la memoria histórica en un mundo global [en línea]. Buenos Aires: Paidós, 2007. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

⁹² VILLAR, P. Introducción al vocabulario del análisis histórico. [en línea]. Barcelona: Crítica, 1980.p. 12. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

28% (26) afirma saber su origen. Los autores Zhan y Wang⁹³ mencionan que la identidad cultural es necesaria para que una sociedad funcione correctamente, de modo que el compartimiento de valores e intereses comunes, hacen que una sociedad crezca en pro del bienestar de todos. Por ende, es pertinente conocer los orígenes de los habitantes del municipio, pioneros en la creación de costumbres y tradiciones, que conllevaron al desarrollo económico, social y cultural hoy de Fusagasugá.

Figura 10. Historia Cultural. ¿Has escuchado sobre los indígenas Sutagaos?



Fuente: Elaboración propia. Imagen por Carlos Simbaqueva disponible en: <https://karlozdesign.artstation.com/projects/vOWXE>.

A partir de ello, se formula la pregunta sobre el conocimiento de los indígenas Sutagaos, ampliando en dónde habían oído de ellos. El 81% (76) de la población objeto de estudio respondieron conocer y el 19% (8) lo desconocen. Para las respuestas positivas acertaron a haber escuchado la historia del municipio en la clase de sociales. Exactamente, indican: *“porque la profe Angelica me enseñó en sociales”* *“porque el año*

⁹³ ZHAN, X y WANG, S. Political Identity: A Perspective from Cultural Identity. Social Sciences in China. 2014, vol. 2, nro. 25. pp. 155-173. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/02529203.2014.900890.

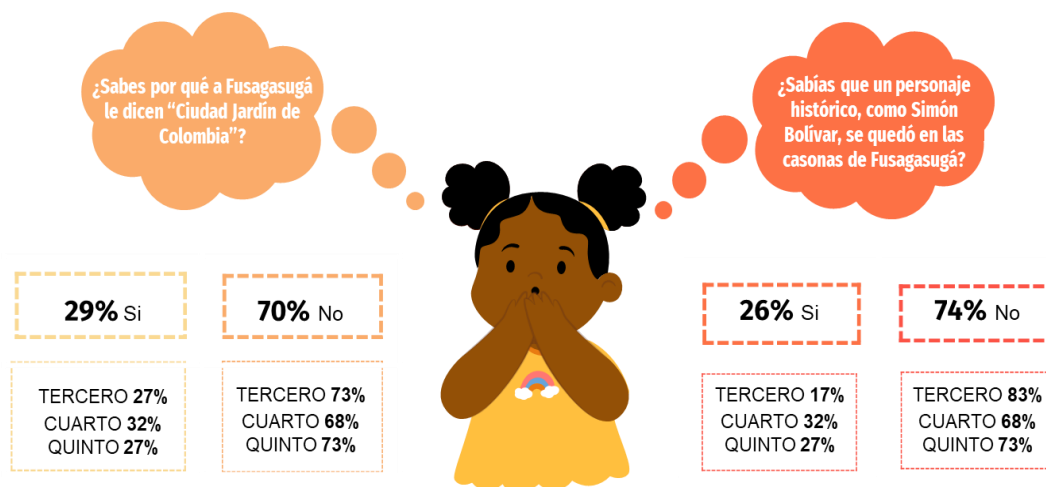
pasado, aprendimos sobre los Sutagaos". Y para las respuestas negativas mencionan: *"no he leído mucho sobre Fusa" "no lo recuerdo"*.

Lo anterior ratifica que gran porcentaje dice haber oído de ellos, identificando el grado tercero con mayor porcentaje 90% (27) en afirmar que si habían escuchado sobre los Sutagaos; le sigue el grado cuarto con 79% (27); y, por último, quinto con 73% (22). Lo resultados anteriores, se pueden explicar que a medida que avanzan en su formación académica, no vuelven a escuchar sobre la historia de los Sutagaos, generando un olvido en su memoria colectiva.

Es un hecho, que la clase de Ciencias Sociales promueve la identidad cultural en los niños, para Fuentes⁹⁴, es indispensable que los colegios, profesores y quienes merecen una educación de calidad deben integrarse plenamente a una enseñanza significativa. A la vez, resalta que los centros de formación son la cuna de reflexiones más formales que describen el qué debe hacerse sobre de quién se es, hacia dónde se va, cómo comportarse y relacionarse en una sociedad, entre otros. En efecto, la enseñanza es el proceso de identidad a través de la interacción social, donde las Ciencias Sociales, permiten la adquisición de conocimientos sobre la persona misma y de "otros" provenientes de distintas comunidades, regiones, países, que interactúan y asumen roles que configuran procesos de identidad individual y social.

⁹⁴ FUENTES, A. Patrimonio, Identidad y memoria en la enseñanza de la Historia reciente. 2003.

Figura 11. Historia Cultural. ¿Sabes por qué a Fusagasugá le dicen "Ciudad Jardín de Colombia?" y ¿Sabías que un personaje histórico, como Simón Bolívar, se quedó en las casonas de Fusagasugá?



Fuente: Elaboración propia. Imagen obtenida por slidesgo.

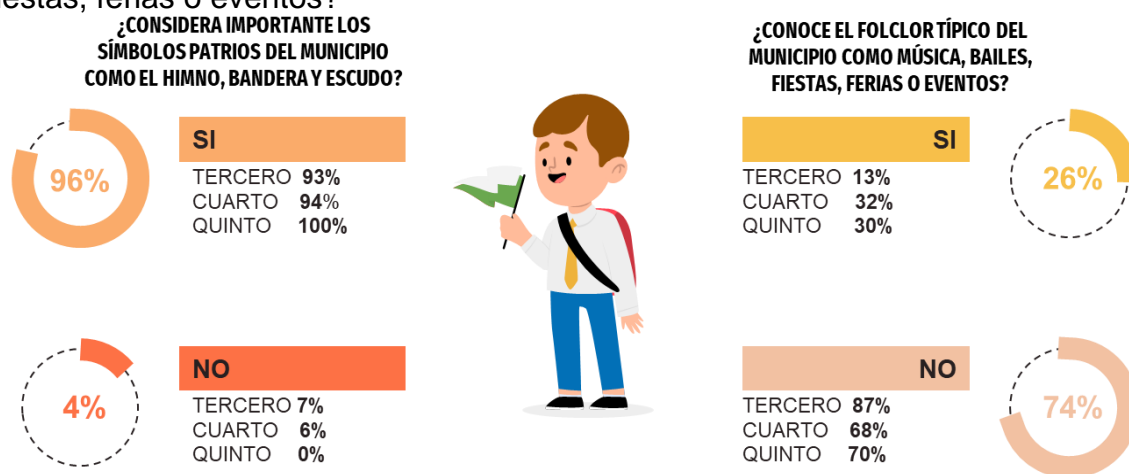
En cuanto al conocimiento de los niños, frente a hechos relevantes para la historia del municipio, se identifica que el 29% (27), si conocían la razón por la cual Fusagasugá es denominada "Ciudad Jardín de Colombia", esto es un porcentaje inferior frente al 70% (66), que indicó que desconocían el por qué se describía así la ciudad. Las cifras mencionadas evidencian que se desconoce la historia que hay detrás del desarrollo económico y social de la antigua Fusagasugá. A mediados del siglo XX, la flora que existía en el municipio era evidente por todo el territorio, dado a los jardines que rodeaban las calles, se podían encontrar gran variedad de plantas, entre las cuales se encontraban las orquídeas que crecían de manera natural entre los campos, así lo menciona el autor Martínez⁹⁵. Por lo tanto, constantes visitantes quedaban asombrados por la hermosura y diversidad de la flora, donde decenas de viveros tuvieron auge, como consecuencia de ello, permitió un gran aporte al crecimiento económico y social de la comunidad.

⁹⁵ MARTÍNEZ, Félix. Aproximación a la historia de Fusagasugá [en línea]. 2nd ed. Fusagasugá: Fusagasugá D'Impacto, 2011. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/33265276/Aproximaci%C3%B3n_a_la_historia_de_Fusagasug%C3%A1.

Mendivil⁹⁶ indica que la interacción con el entorno, parte desde el énfasis de la dimensión biológica del ser humano, es decir, que desde la infancia se genera aprendizaje a partir del reconocimiento sobre el territorio que habita, generando un sentido de pertenencia, porque se identifica con la historia del lugar.

Adicionalmente, de las estadísticas obtenidas, se relaciona que el 74% (70) de los niños no conocían que el libertador de Colombia, Simón Bolívar, había visitado y hospedado en las casonas de Fusagasugá, como la Casona Coburgo. Carretero⁹⁷ señala que los distintos héroes, personajes históricos, símbolos patrióticos y libros, son ejemplos auténticos de “documentos de identidad” generados por cada región, con el objetivo de dividir dos grupos sociales entre “nosotros” y “otros”, generado la justificación de características particulares en cada integrante. Por ello, conocer la historia de personajes importantes, genera la construcción de una conciencia colectiva, dado que esos hechos son parte de la identidad e historia cultural.

Figura 12. Patrimonio Inmaterial. ¿Considera importante símbolos patrios como la bandera, himno y escudo? y ¿Conoce el folclor típico del municipio como música, bailes, fiestas, ferias o eventos?



Fuente: Elaboración propia. Imagen obtenida por Slidesgo.

⁹⁶ MENDIVIL, Luzmila. El arte en la educación de la primera infancia: una necesidad impostergable. En: Educación. Septiembre 2011, vol. 10, nro. 39. pp. 23-36. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802>. ISSN 1019-9403.

⁹⁷ CARRETERO, M. Documentos de identidad: La construcción de la memoria histórica en un mundo global [en línea]. Buenos Aires: Paidós, 2007. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

Con respecto a la identificación de los principales símbolos patrios del municipio (himno, bandera, escudo) el 96% (90) de encuestados respondieron que es importante reconocerlos, solo el 4% (4) consideraron que no. En las respuestas sobresalen algunos estudiantes cuyos comentarios evidencian la concientización de una identidad cultural en la medida que presentan mayor madurez. Así, en el grado quinto se obtuvo un 100% (30) de asertividad al momento de considerarlos relevantes. Se transcriben algunas de estas: *“porque representan a la gente y merece importancia,” “porque ayuda a tener más conocimiento sobre este hermoso país Colombia,” “para que extranjeros conozcan cultura,” “nos hace reconocer donde estamos,” “porque es nuestro hogar y tenemos que saber sus costumbres”*.

Ante las respuestas brindadas se confirma que la cultura en el ambiente educativo relaciona conocimientos que se tienen frente al territorio por parte de los estudiantes. Como señala el autor Cajal,⁹⁸ los colores de la bandera, la flora y fauna del escudo, la letra y música del himno nacional, y demás elementos simbólicos que conviven en el símbolo patrio, ayudan a identificar a las personas con raíces históricas y refuerzan su sentido de pertenencia a su país.

Sobre el reconocimiento del folclor típico de Fusagasugá, como las ferias, reinados, bailes, el 74% (70) desconoce las tradiciones y costumbres propias de la región. De modo que, ante las respuestas brindadas, se evidencia una desvalorización de tradiciones culturales que han pasado a un segundo plano; solo el 26% (24) mencionó que, si conocían el folclor identitario, sin embargo, en sus justificaciones mencionaron que lo que conocían era *“la cumbia, el vallenato, el festival de Barranquilla, el mapalé, la salsa”*. A pesar, que estos pertenecen a la cultura colombiana, no son propios del municipio de Fusagasugá, evidenciándose que no hay un recordatorio colectivo sobre las costumbres y tradiciones propias. Según Eustaquio y Valdés, en la investigación sobre la influencia de la música folclórica en el fortalecimiento de la identidad cultural en niños peruanos de

⁹⁸ CAJAL, Alberto. Importancia de los símbolos patrios [sitio web]. Lifeder: 2022. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.lifeder.com/importancia-simbolos-patrios/>.

5 años, declara que entre las razones por la cual prefieren expresiones musicales extranjeras, se debe a que en los hogares no se suscita la cultura propia, sino que se ve influenciada por modelos que surgen de una sociedad externa, generando ausencia del folclor propio.

Cabe aclarar que dentro del porcentaje 26% (24), niños respondieron que la rumba criolla y el festival de las flores, hacían parte del folclor típico. Para el autor Molano,⁹⁹ la identidad cultural se va fortaleciendo con costumbres a través de bailes, música, adornos, mitos, comidas u otras expresiones culturales, los cuales, transmiten valores y creencias que permiten reconocer el pasado como elementos simbólicos que reconstruirán el futuro, en que se encontrarán registradas bajo el concepto de patrimonio cultural inmaterial, en los estatutos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Simultáneamente en un artículo realizado por la Revista de la Universidad Bolivariana,¹⁰⁰ se indica que la enseñanza de la cultura local, reactiva el interés de la comunidad por la cultura expresada por medio de costumbres, folclore, fiestas, gastronomía, artesanías, tradiciones y sobre todo el patrimonio histórico.

⁹⁹ MOLANO, Olga. Identidad Cultural un concepto que evoluciona. En: Opera. 2007, vol. 7, . pp. 69-84. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>. ISSN: 1657-8651.

¹⁰⁰ ORDUNA, Gabriela y Urpi, Carmen. Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. En: Polis, Revista de la Universidad Bolivariana. 2010, vol. 9, nro. 26. pp.1-18. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/305/30515373005.pdf>. ISSN 0717-6554.

Figura 13. Turismo Cultural. ¿Conoce algún lugar histórico en Fusagasugá? Y ¿Conoce reservas ecológicas como parques naturales, ecoparques, rutas entre otros?



Fuente: Elaboración propia. Imagen por Carlos Simbaqueva disponible en: <https://karlozdesign.artstation.com/projects/vOWXE>.

En el área de turismo cultural, se pudo observar que el 59% (55) conocía lugares históricos, en especial los estudiantes de grado quinto con el 73% (22). Entre las respuestas obtenidas identificaron lugares históricos como: “*Casona Coburgo, Casona Balmoral, la Estatua del Indio, el monumento de Lucho Herrera, el Colegio Manuel Aya, el Centro, la Parroquia Nuestra Señora de Belén, Biblioteca Municipal*”. Se infiere que los niños reconocen sitios históricos en el municipio, es decir, patrimonio material que ha construido la Fusagasugá de hoy. En la investigación realizada por García: “El conocimiento de los niños sobre el patrimonio de su ciudad”¹⁰¹ cita a Dewey y presenta un estudio en el que afirma que la historia local, como los bienes patrimoniales, deben ser parte fundamental de la enseñanza de Ciencias Sociales, especialmente en las escuelas primarias, ya que los niños de estas edades son conscientes de hechos cercanos y positivos del entorno.

¹⁰¹ DEWEY, John. GARCÍA. Citado por GARCÍA, Inmaculada. El conocimiento de los niños sobre el patrimonio de su ciudad. España: Granada, 2014. p. 94. Disponible en: https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/40415/Inmaculada_Garc%C3%ADa_Mart%C3%ADn.pdf?sequence=1

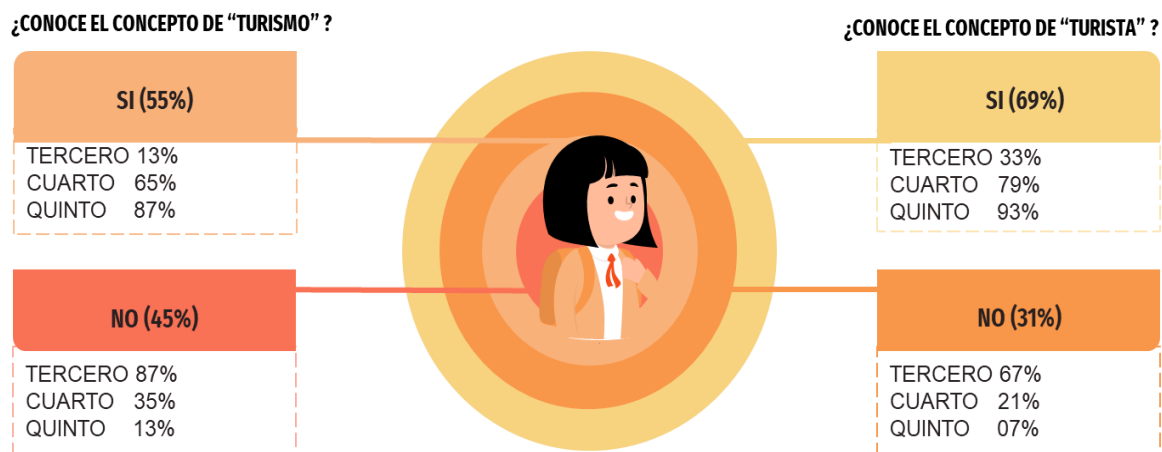
De otra parte, el reconocimiento de reservas naturales no obtuvo un porcentaje igual de positivo al anterior. De hecho, 64% (60), respondieron “No” ante el conocimiento de reservas ecológicas como parques o rutas, con comentarios como: “No conozco ninguna”. 36% (34), señalaron que si conocían reservas: “*Parque Jaime Duque, Parque Tayrona, Ecoparque Chinauta, Parque Nacional Natural El Cocuy*” y solo dos estudiantes mencionaron el Parque San Rafael. A pesar que, estos lugares si pertenecen al patrimonio natural de Colombia, no hacen parte de las reservas naturales de Fusagasugá, poniendo en evidencia que no se ha fomentado el potencial de estos sitios como planes turísticos para los niños. Por ese motivo, se cita a Díaz y Machado¹⁰², que indican que el desarrollo de una cultura turística requiere salir del aula para vivir y comprender el entorno en el ámbito cultural y natural, es decir, posibilitar la comprensión de situaciones que involucran dinámicas territoriales.

Tal como aporta Hernández¹⁰³, los aspectos culturales y recursos naturales, son relevantes para las personas e indica que la relación sociedad- naturaleza se revela en el turismo como rompecabezas entre la actividad, el turista, la persona local y el paisaje cultural o natural. En síntesis, a partir de las dos variables de estudio, se evidencia que los niños entre los grados tercero, cuarto y quinto, reconocen más lugares históricos de Fusagasugá, que aquellas reservas naturales que se encuentran en el territorio.

¹⁰² DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

¹⁰³ HERNANDEZ, F. La relación sociedad naturaleza y el turismo. En: Observatorio: Revista Electrónica de Geografía. 2009, vol. 1, nro. 1. pp. 105-123. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: goo.gl/FqevmX.

Figura 14. Cultura Turística. ¿Conoce el concepto de turismo? y ¿Conoce el concepto de turista?



Fuente: Elaboración propia. Imagen obtenida por Slidesgo.

En relación sobre la percepción de los niños frente al concepto de turismo y turista, indicaron que en su mayoría sabían lo que significaba ser un "turista" con el 69% (65); y por su parte, del concepto "turismo" con 55% (52). Estas cifras revelan que los niños tienen mayor conocimiento sobre la denominación de turista que la actividad principal, como lo es el turismo, dado que este es el medio para que visitantes lleguen a un destino. En realidad, la Secretaria de Turismo,¹⁰⁴ menciona que la cultura turística es una serie de conocimientos y valores que pueden transmitirse, mediante la comprensión y observación de actitudes y costumbres en la práctica, lo que conduce a la promoción y desarrollo sostenible de las actividades turísticas.

En suma, González, Castro, Pérez, y Palafox¹⁰⁵ indican que la educación en cultura turística, en la comunidad anfitriona, implica aumentar la conciencia turística, con el objetivo de transformar las actitudes y comportamientos negativos en acciones positivas,

¹⁰⁴ SECRETARIA DE TURISMO. Cultura Turística para Personal de Contacto [sitio web]. [s.l.]: [s.n.]. . [consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://comercializacionpt.weebly.com/uploads/2/6/7/0/2670454/personaldeconta.cto.pdf>.

¹⁰⁵ GÓNZALEZ, M., CASTRO, G., PÉREZ, R., y PALAFOX, A. Estrategia para la Formación de la Cultura Turística de la Población Local residente en las ciudades de Remedios y Caibarién, Villa Clara. 2008. consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: http://www.manuelgonzalezherrera.com/proyectos_investigacion/05.pdf

para que el turismo y la comunidad anfitriona puedan coexistir en armonía. Es por esto, que desde los colegios, principalmente en cursos de primaria, se debe enseñar y reforzar elementos que implican la cultura turística, con el fin de crear una identidad cultural, a partir de valores que puedan demostrar una actitud positiva hacia el conocimiento y estima intercultural. De igual forma, Sánchez -Casanova,¹⁰⁶ relaciona que si llegase a existir una adecuada percepción, conexión entre la cultura turística y el turismo, se impulsaran buenas prácticas para un desarrollo sostenible en la comunidad, partiendo desde el aprendizaje y tolerancia, por medio de intercambios culturales.

En síntesis, la cultura turística debe existir tanto para las personas locales como para turistas; el autor Rueda,¹⁰⁷ relaciona que la creación de conciencia, el orgullo y respeto, por aquellos recursos patrimoniales con los que se cuentan, se deben exigir tanto para anfitriones como por parte de visitantes. Claro está, que, para la concepción de ello, primero se debe lograr a través de la educación a la población local, con la apropiación de la riqueza cultural, histórica y natural de la región. Dicho conocimiento generará un sentido de pertenencia que con el pasar de los años, crecerá.

Por otro lado, las cifras obtenidas revelan que, a medida que los niños se encuentran en un curso de nivel superior, reconocen que hay personas que no son nativas (oriundas) y provienen de otra región, generando una interacción entre locales y visitantes. Observándose que el grado tercero presentó un 33%, cuarto 79% y quinto 93% porcentajes relacionados con los conocimientos acerca del concepto turista. García,¹⁰⁸ menciona que ante un mundo globalizado confluyen diferentes culturas que interactúan entre sí, lo que produce un dinamismo sociocultural notorio. Es así que se produce la

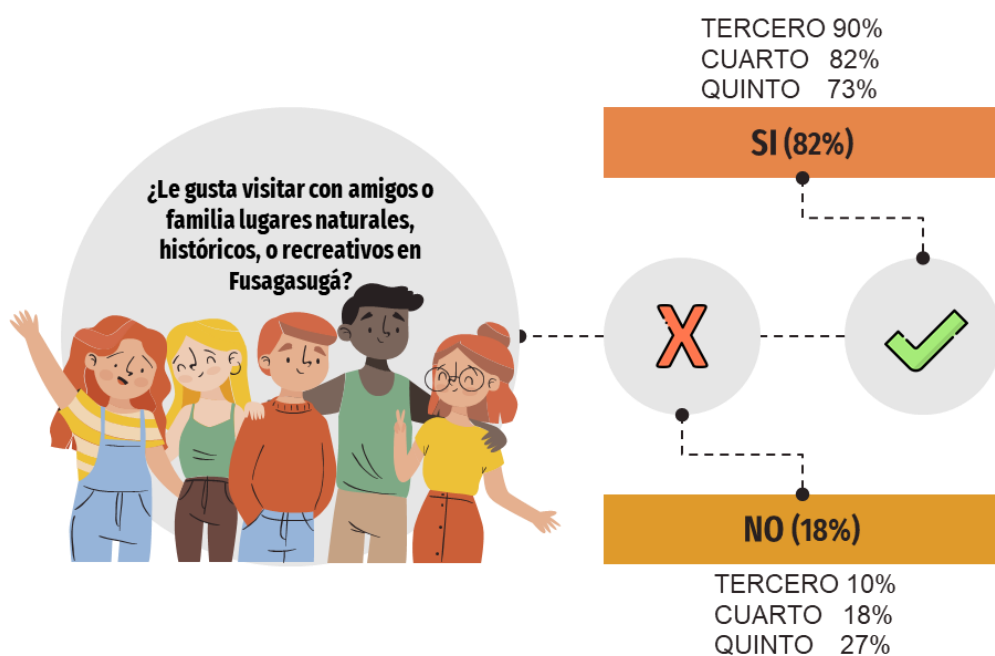
¹⁰⁶ SÁNCHEZ, Wendy Marilú. El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. En: Península. 2010, vol. 4, nro. 2. pp. 1-22. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v4n2/v4n2a4.pdf>.

¹⁰⁷ RUEDA, Nancy. TLC Colombia-Estados Unidos y sus implicaciones en el turismo. En: Revista Universidad del Externado. 2012.. pp.. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3402/3525>.

¹⁰⁸ GARCÍA, C. Globalización, resistencia e interculturalidad. En: Revista de la facultad. 2014, . pp. 19-20. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/revistadelaacademia/article/view/1114>.

diversidad cultural y, dicho dinamismo entre ellas hace que coexistan múltiples en un mismo territorio.

Figura 15. Turismo. ¿Le gusta visitar con amigos o familia lugares naturales, históricos, o recreativos en Fusagasugá?



Fuente: Elaboración propia. Imagen por Slidesgo.

Con relación hacia el turismo realizado con familiares o amigos en lugares históricos o recreativos de Fusagasugá, los niños respondieron que si con 82% (77); solamente el 18% (17) dijo que no. Entre las razones que dieron mencionaron que, los lugares que les gustaría visitar son: “Casona Balmoral, Casona Coburgo, parques naturales, Centro Comercial Avenida las Palmas, la Catedral, fincas recreativas, monumentos tales como el Indio y Lucho Herrera”. Otras respuestas expresan que si les gustaría conocer esos sitios, pero no sabían cómo, obteniéndose comentarios como: “no he visitado, porque desconozco,” “No he ido a ninguno,” “Me gustaría porque respiro aire puro”.

Por otro lado, es importante destacar que a medida que los cursos son de grados superiores, los niños de menor edad presentan más interés por visitar esos lugares con sus familias. Mientras que al ir adquiriendo mayor edad hay desinterés e indiferencia; teniendo en cuenta que tercero representa el 10% (3), cuarto 18% (6), y quinto 27% (8). En ese sentido, Rodríguez, escritor de *“La mente del niño. Cómo se forma y cómo hay que educarla”*¹⁰⁹ señala que el 75% de crecimiento del sistema nervioso se encuentra programado desde la herencia biológica, mientras que el 25% es exclusivo para la experiencia. Por lo tanto, recomienda iniciar el aprendizaje de los niños lo antes posible.

Alcaín,¹¹⁰ comenta que es necesario fomentar en los niños la cultura turística para que puedan vivirla, sentirla, conservarla y enriquecerla. Con respecto a la enseñanza, es necesario la comprensión sobre los orígenes y raíces por medio de actividades de ocio y entretenimiento, lo que atañe al fortalecimiento de lazos familiares, generando mayor participación en la vida cultural. Análogamente, al brindar en los niños conocimientos sobre el entorno social, económico, cultural, familiar entre otros, permitirá que se sientan identificados y orgullosos de sus raíces. El autor Pernía,¹¹¹ refiere que los niños simbolizan la fuerza para el cambio democrático, cultural y social, de futuras sociedades, la cual, debe nacer con una visión positiva que logre con triunfo el cambio, desde una educación inicial, que promueva la formación de una persona crítica, íntegra, consecuente y solidaria.

¹⁰⁹ RODRIGUEZ, José María. *Mente Del Niño: Como Se Forma Y Como Hay Que Educarla* [en línea]. Madrid: Aguilar, 2018. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://tiohapaner.blogspot.com/2018/11/libro-mente-del-nino-como-se-forma-y.html>.

¹¹⁰ ALCAÍN, José Antonio. *La tradición* [en línea]. Bilbao: Universidad de Deusto, 1998. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=338YKZSe1RsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

¹¹¹ PERNIA, Erixon. *La Educación Cultural en Preescolar* [sitio web].2016. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://erixonpernia.wordpress.com/2016/10/23/la-educacion-cultural-en-preescolar/>.

Figura 16. Método pedagógico. ¿Estaría de acuerdo en la creación de una cartilla animada, que le ayude a conocer sobre la historia cultural del municipio de Fusagasugá?



Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, se indagó en los estudiantes, si consideran pertinente la creación de una cartilla animada como herramienta pedagógica, con el fin que sea un apoyo para conocer, aprender y fortalecer, la historia cultural y las oportunidades de turismo en el municipio de Fusagasugá. En la presente investigación, se obtuvo que el 96% (90) de los niños, estuvieron de acuerdo en la creación de la cartilla; solo el 4% (4) expresaron su negativa. De acuerdo con las cifras obtenidas, se deduce que los estudiantes de primaria demostraron interés por aprender acerca de la historia de Fusagasugá, justificando que les ayudaría a conocer y aprender más sobre el municipio.

Figura 17. Respuestas de encuestados a la pregunta de la figura 17.



- E4: "Para conocer la cultura de nuestro país"
- E9: "Porque soy curiosa"
- E21: "Para la gente que sea turista conozca las maravillas de Fusa"
- E22: "Una buena idea para niños"
- E38: "Podré conocer más de Fusa"
- E49: "Podría descubrir y aprender"
- E51: "Sería importante conocer el municipio de Fusa y su historia"
- E54: "Nos ayuda a saber los lugares históricos y patrimonios culturales"
- E56: "Nos explica todo de Fusa, como la historia"
- E61: "Aprendemos de la historia cultural de una forma divertida"
- E63: "Necesitamos saber nuestro pasado"
- E70: "Sabremos más de la historia de Fusa"
- E75: "Nos ayuda con el lugar en el que vivimos"
- E86: "Me ayudaría y a otras personas a saber más de Fusa"
- E93: "Me ayudaría a saber más sobre nuestra historia"

Fuente: Elaboración propia. Imagen obtenida por Slidesgo.

A partir de las respuestas brindadas, se afirma que los niños son conscientes sobre la importancia de aprender la historia cultural, y conocer cuáles son aquellos lugares que han sido testigos del desarrollo social y cultural del municipio. Incluso en la investigación "Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto"¹¹² se evidencia que los alumnos reconocen la importancia de la memoria, que sientan las bases de la cultura colombiana y por ende de la identidad de su pueblo. Esto significa que los estudiantes que hacen énfasis en este tema, son conscientes de la indiferencia, el olvido y el abandono del pueblo colombiano sobre la historia del país.

De acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional,¹¹³ desde el reconocimiento de dificultades en el entorno y la búsqueda de soluciones apropiadas, el ser humano poseerá mas elementos para vivir en unión con la cultura y naturaleza. Simultáneamente, el

¹¹² SIERRA QUIÑONES, María Isabel y FLOREZ ALDANA Heidi Paola. Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades e Idiomas. Bogotá: Universidad Libre, 2018. 99 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022].

¹¹³ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. 2004, p. 5.

cumplimiento de las competencias básicas contextualizadas en el territorio, desde la representación de la cultura turística en herramientas pedagógicas, para cada uno de los grados que deben aprobar los estudiantes, adquieren pertinencia a medida que avanzan en su formación académica, sin embargo, no se trata de solo adquirir conocimientos, sino que también aprendan lo que es oportuno para la vida, como ser integradores de una sociedad.

Por otra parte, la población de estudio reconoce que hay personas provenientes de otras localidades, que no son nativos sino visitantes (turistas); de ahí, lo importante que es contar y mostrar el patrimonio cultural propio, puesto que al conocer hechos, costumbres y tradiciones permitirán una identidad cultural. Por lo anterior, señalan que sería adecuada esa herramienta que les facilite conocer la historia sobre el lugar que están visitando. Gran parte de la construcción de la identidad cultural se forma a través de la interacción social entre personas de diferentes culturas, generando nuevas perspectivas de comprender el mundo. Para Soriano,¹¹⁴ el encuentro entre diferentes sociedades y culturas causa cambios de valores y costumbres, permitiendo modificaciones a medida que se interrelacionan. Por ende, el conocer, aprender sobre la historia, costumbres y tradiciones propias, hace que se mantenga un sentido de pertenencia marcado por el territorio que se habita, donde no se confundirá o apropiará de otras culturas externas.

¹¹⁴ SORIANO, E. Planteamiento intercultural del currículum para su calidad educativa. En: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. 2012, vol. 10, nro. 4. pp. 50-62. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/864>.

7. CAPITULO DOS

7.1. DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN AL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS NIÑOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

A través de los años, las interacciones sociales comenzaron a crearse en nuevos espacios, con nuevas personas, en situaciones donde el entorno en el que el individuo se interrelaciona, es diferente a la del hogar. De la Mata y Santamaría,¹¹⁵ desde la psicología cultural, propone la existencia de varios escenarios, siendo uno de los más importantes en la vida humana, la escuela. Asimismo, Mendivil,¹¹⁶ afirma que la educación busca brindar a los estudiantes un primer camino para comprender el significado, costumbres y cultura del propio país. En base a ello, se pretende facilitar la adquisición de habilidades y empoderarlos para desarrollar la identidad cultural de manera adecuada y positiva.

En vista que la identidad se construye desde la infancia con la interacción de relaciones sociales, permitiendo la construcción de una memoria colectiva, así lo define Bauman,¹¹⁷ y menciona que los hechos y experiencias son las causas comunes de unificación. De acuerdo con lo anterior, se pretende que con la lectura y estudio de una cartilla, se aproxime a los niños a comprender la historia cultural del municipio, que formaran la memoria colectiva comprendiendo las tradiciones, costumbres, patrimonios, lugares turísticos, hechos históricos, entre otros.

Según Soriano,¹¹⁸ la educación se esfuerza por brindar a los estudiantes un primer camino para comprender el significado, las costumbres y la cultura de su país. Esto es

¹¹⁵ DE LA MATA, M y SANTAMARIA, A. La construcción del yo en escenarios educativos. Un análisis desde la psicología cultural. En: Revista de Educación. 2010, . pp. 157-186. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://www.educacionyfp.gob.es/revista-deeducacion/numeros-revista-educacion/numeros-antiores/2010/re353/re353-06.html>.

¹¹⁶ MENDIVIL, Luzmila. El arte en la educación de la primera infancia: una necesidad impostergable. En: Educación. Septiembre 2011, vol. 10, nro. 39. pp. 23-36. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802>. ISSN ISSN 1019-9403.

¹¹⁷ BAUMAN, Zygmunt. Identidad. Traducido por Daniel SARASOLA. España: LOSADA, 2018. 212 p. ISBN 9789500393997

¹¹⁸SORIANO, E. Op. Cit., p. 67.

para facilitar la adquisición de habilidades y empoderarlos para desarrollar su identidad cultural de manera adecuada y positiva. Hernández y Romero,¹¹⁹ plantean que la enseñanza principalmente en el área de Ciencias Sociales debe tener como propósito el conocimiento de cada persona y de otras comunidades, así como las interacciones que se presentan entre ellas; en la que cada persona juega un papel que configura procesos de construcción en identidades individuales y colectivas. Por lo tanto, ratifican la necesidad de crear conocimientos sobre propios elementos culturales, hacia el reconocimiento y valorización de ellos.

La primera infancia es un punto clave, es aquí donde los niños absorben o retienen los conocimientos con mayor facilidad, los temas de cultura o identidad no deben ser tratados de manera teórica, estos deben ser trabajados con material concreto y vivenciados, con esto se estimulan para que posteriormente en la vida escolar presenten conocimientos previos, formando identidad cultural como ser perteneciente a un lugar.

En la investigación realizada por Salvador y Muszynski denominada “Los niños como destinatarios de iniciativas turísticas en Gandía” los autores determinaron que el objetivo es acostumar a los niños a estar fuera de su entorno, conocer otros lugares y vivir nuevas experiencias. A tal efecto, las Instituciones Educativas, deben acordar la elaboración de una guía para escolares en la que aparecerán los atractivos turísticos más representativos del lugar, explicando su origen e historia, en un lenguaje sencillo y de fácil comprensión, acompañado de dibujos con el fin facilitar su lectura.

La escuela como institución debe tener una representación intercultural, así lo explica Soriano,¹²⁰ debido a que las personas coexisten en una comunidad donde la migración y el turismo son constantes, que exige que los integrantes de las instituciones educativas se encuentren en acoger nuevos miembros.

¹¹⁹ HERNÁNDEZ, C. y ROMERO, C. Acerca de la Identidad” En Jesús Estepa OYARZÚN, A; IRRAZABAL, R; GOICOVIC, I; REYES L (2003) Reforma Educativa entre cultura juvenil y la cultura escolar. 2001. [Consultado el 03 de noviembre de 2022] Recuperado de: http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/doc/not/libro124/i_ndex.htm

¹²⁰ SORIANO, E. Op. Cit., p. 67.

Teniendo en cuenta que Fusagasugá presenta gran riqueza cultural, debido a los sucesos históricos que acompañaron al municipio desde su origen. La realización de la cartilla pedagógica para los niños del Colegio Fundación Manuel Aya, debe ser metodológica basada en recursos claros y comprensibles, en que la creatividad en el diseño debe ser clave para lograr reconocimiento y aprendizaje dinámico por parte de los estudiantes. Además, es importante destacar que las actividades turísticas se ven interrelacionadas en la cultura, vinculando otras actividades formativas, deportivas, de reconocimiento con la naturaleza, entre otras.

El propósito de la cartilla es construir conocimiento a partir de la realidad que le rodea, generando una apropiación e identidad por el lugar que habita. Es importante que los niños conozcan, valoricen y comprendan que habitan un entorno turístico que se debe cuidar y sobre todo del que deben apropiarse.

Al momento de elaborar el material didáctico, Montessori,¹²¹ brinda unos aspectos que debe tener en cuenta tales como:

- Utilizar los recursos que se presentan en contextos sociales, culturales y geográficos
- Posibilitar a los niños que realicen un aprendizaje divertido, cognoscitivo y afectivo
- El contenido debe ajustarse de acuerdo con el desarrollo evolutivo del alumno
- En la elaboración debe participar los individuos que intervienen en el proceso educativo, incluyendo el núcleo familiar
- Desarrollar la creatividad y la influencia investigativa a través de la curiosidad de los niños

Así, “Conoce a Fusagasugá” es la frase de apertura de la cartilla y, el objetivo es realizar un recorrido desde los orígenes del municipio con la comprensión de los primeros

¹²¹ Montessori, M. Didáctica de la educación infantil. 2009.

habitantes como los Sutagaos, para luego conocer los periodos históricos y como se vio modificada por la llegada de los españoles. Tiempo después con el avance social y económico que se presentó, se construyeron grandes casonas por todo el territorio, donde personajes como Simón Bolívar se hospedaron e incluso artículos de la Constitución Política de Colombia fueron redactados.

Figura 18. Áreas para construcción de la cartilla

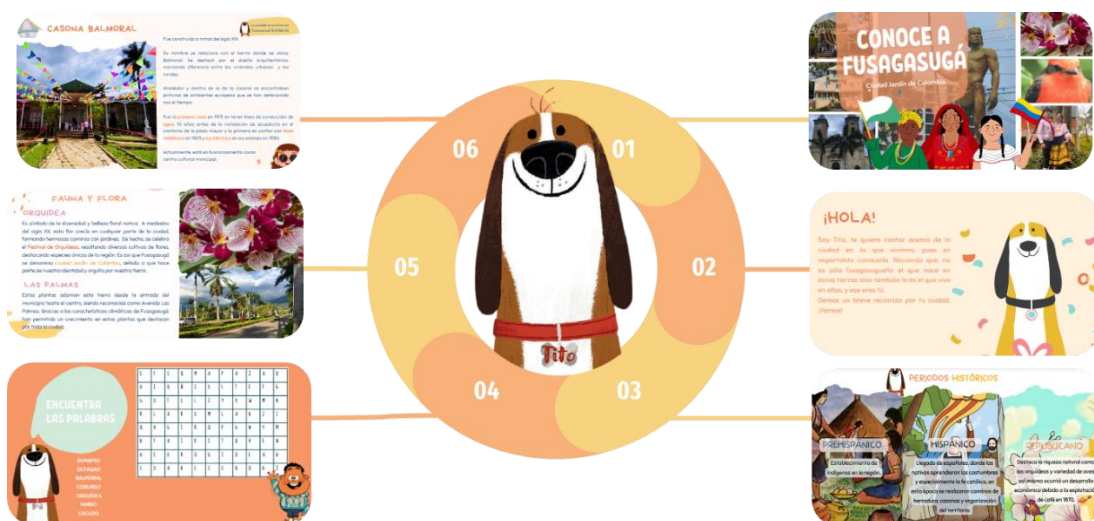


Fuente: Elaboración propia. Iconos obtenidos por Flaticon.

Esta propuesta pedagógica pretende desarrollar en los niños capacidades relacionadas con la reflexión, discusión, descripción crítica, imaginación, inclusive fácil interpretación de conceptos e ideas abstractas, dado que se define el patrimonio cultural e inmaterial. De igual forma, explicaciones del por qué se conoce como la “Ciudad Jardín de Colombia” y la denominación de “Tierra Grata” y por supuesto el significado del nombre Fusagasugá, otorgado por los Sutagaos.

Partiendo desde el punto de vista de Shapers,¹²² los aspectos culturales se pueden encontrar de manera evidente o tácita en los textos literarios, generándose marcadores que componen la identidad. Destaca que, estos se componen de hechos históricos y un territorio concreto, que representa costumbres, tradiciones y un patrimonio cultural específico. Por ende, la cartilla debe integrar los factores sociales propios de Fusagasugá.

Figura 19. Muestra de estructuración de cartilla y personaje guía.



Fuente: Elaboración propia.

La temática de la cartilla, busca de manera creativa y motivante para el alumno, promover la cultura turística. Desde el inicio de la cartilla se presenta una frase “Conoce a Fusagasugá: Ciudad Jardín de Colombia”. El objetivo de esta es generar en los estudiantes una constante curiosidad para descubrir los “tesoros” con los que cuenta el municipio. Además, se crea una figura diferente a las que se encuentran en toda la herramienta pedagógica, y este es un personaje llamado “Tito;” entre sus características se menciona que es un perro amigable y será el guía turístico para el estudiante, que se mantendrá presente por todo el recorrido del texto, motivando y resaltando datos de

¹²² SHÄPERS, A. La especificidad cultural del texto literario: una propuesta didáctica de sensibilización. Quaderns. Revista de Traducción. 2016. pp. 37-58.

interés. De acuerdo con Valentín de Pablo,¹²³ indica que la animación en un estilo educativo ayuda a madurar a los individuos y grupos, debido a que promueve un proceso de crecimiento y un desarrollo liberador. Simultáneamente, hace que el alumno sea un individuo activo, crítico y creativo en las practicas culturales y sociales por el territorio que habita. Es así que un artículo realizado por The Academy Totemguard,¹²⁴ menciona que la animación permite un mejor aprendizaje, cuando este se elabora con una narración informal, permitiendo que la información brindada perdure en la memoria del estudiante por más tiempo.

Como se observa en la figura 19, el diseño de la cartilla brinda un lenguaje de fácil comprensión que abarca áreas de conocimiento desde la historia de Fusagasugá, así como el patrimonio material e inmaterial, véase en la figura 19. En este sentido, el Ministerio de Educación, la naturaleza y el entorno que rodea al individuo crea posibilidades que son aprovechadas en favor del aprendizaje de los niños. Las herramientas pedagógicas deben construirse a partir de recursos que el propio medio provee, esto hace que se generen experiencias que los niños puedan clasificar, identificar, establecer similitudes y diferencias, con capacidad de resolución de conflictos, entre otros. De igual forma, permite una mejor interacción entre docentes y alumnos creando lazos más estrechos.

Otra de las ventajas del uso de materiales didácticos, es el aumento de niveles de eficiencia en aulas de clase, así lo señala Pruaño,¹²⁵ expresando que los distintos contextos geográficos, sociales, y culturales de un territorio permiten la generación de varios recursos para la construcción de materiales pedagógicos. Además, agrega que estos deben ser funcionales, creativos y atractivos, de fácil comprensión, y seguros que

¹²³DE PABLO, Valentín. La animación una opción pedagógica. Revista Mercaba. [s.l.]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm

¹²⁴VIÑAS, Maritxell. La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia: Recursos TIC para profesores [sitio web]. s.l.: Marcaba, 2012. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm.

¹²⁵PRUAÑO, Ana María. Educación infantil. Método pedagógico, los rincones. pp. 1-23. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://educra.cl/wp-content/uploads/2015/09/educacion-infantil-metodo-pedagogico-rincones.pdf>.

no incurran en peligros físicos para los estudiantes, así deben ser útiles para el logro de trabajos en equipo como individual, lógicos y acordes a la edad de la población.

8. IMPACTOS

8.1. SOCIOCULTURAL

En el libro “Las Empresas Turísticas y su Administración”,¹²⁶ el progreso del turismo en el mundo, específicamente en países desarrollados del área occidental, ha generado un interés en la realización de estudios analíticos y descriptivos que pretenden explicar aquellas características propias del fenómeno turístico, donde no solo repercute en factores sociales o económicos, sino que también genera un impacto cultural, puesto que esta actividad permite la adquisición de nuevos conocimientos y las sociedades que interactúan entre sí, enriquecen experiencias turísticas.

Hoy en día la sociedad ha presentado un bajo nivel de sentido de pertenencia hacia la cohesión de una comunidad, consecuencia de esto, son los disturbios sociales que se anuncian en las noticias día a día, por falta de tolerancia o respeto hacia costumbres o hasta la pérdida de concientización sobre la preservación de lugares históricos o naturales. Dentro de esto, se ha normalizado que un gesto identitario surge esporádicamente cuando se presentan eventos especiales: deportivos o fechas tradicionales del país como fiestas patrias. Gonzales y Araya, aportan que el constante desapego y la indiferencia por las representaciones propias, es lo que se debe atender con prontitud para evitar que fenómenos externos, eliminen o apropien diferentes rasgos culturales.

La construcción de la identidad implica una cadena de valor y factores que se establecen durante toda la vida del ser humano. De hecho, Soriano,¹²⁷ explica que los factores que hacen parte de las vivencias individuales como el acercamiento con otras culturas, repercuten directamente en el entorno que se desarrolla: la familia, escuela, comunidad que son parte fundamental para la formación como seres integrales. Es así que el

¹²⁶ GAZERRA, María Alejandra. et al. Las empresas turísticas: y su administración. Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, 2010. 394 p. ISBN 978-987-604-188-1

¹²⁷ SORIANO, E. Planteamiento intercultural del currículum para su calidad educativa. En: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. 2012, vol. 10, nro. 4, pp. 50-62. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/864>.

concepto de la identidad no solo consiste en una autopercepción sino en una interacción dinámica con otros; en esas relaciones la identidad se definirá con el transcurso del tiempo y de las experiencias obtenidas que resultan de estas.

Las instituciones educativas, al ser espacios en que se comparte gran tiempo con otras personas, permiten el intercambio de ideas y culturas diferentes. El carácter formativo de la educación es esencial dado que tiene gran responsabilidad en potenciar la identidad cultural, debido que para salvaguardar, hay que reconocer, así lo afirma Norambuena y Mancilla,¹²⁸ señalando que no es posible generar un sentido de pertenencia por algo que se desconoce.

No cabe duda, que estrategias pedagógicas para los procesos de formación académica en los niños son determinantes porque permiten que se identifiquen como protagonistas conscientes sobre el aprendizaje. Al reconocer las características de la identidad cultural del territorio, se puede producir un sentido de pertenencia y fuerte arraigo, en que efectos como la globalización no eliminara raíces culturales.

Al considerar el turismo cultural en la contribución del desarrollo local, puede proporcionar oportunidades de intercambios culturales, entre residentes locales y visitantes, lo cual produce comprensión y entendimiento por las regiones que representan con respeto y tolerancia la diversidad cultural. Como resultado de ello, la empatía hacia otras tradiciones evitara fenómenos racistas y xenófobos. Ordina y Urpí,¹²⁹ manifiestan que entre las causas de malentendidos culturales, nacen a partir de la ignorancia sobre el reconocimiento de otras culturas. Un turista que ha crecido con estereotipos, puede presentar cambios en paradigmas al conocer otra cultura distinta.

Al enseñar acerca de la historia local, impacta en la reconstrucción de la identidad social y cultural de una comunidad, en la cual, la recreación de valores, creencias y tradiciones

¹²⁸ NORAMBUENA, Paola y MANCILLA, Viviana. La identidad cultural como fuente de aprendizaje significativo. En: Geoenseñanza. 2005, vol. 10, nro. 2, pp. 219-234. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: . ISSN 1316-6077.

¹²⁹ ORDUNA, Gabriela y Urpí, Carmen. Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. En: Polis, Revista de la Universidad Bolivariana. 2010, vol. 9, nro. 26, pp.1-18. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/305/30515373005.pdf>. ISSN 0717-6554.

de cada sociedad se vuelven trascendentes y no desvalorizan la identidad cultural. Es así que la enseñanza forma alumnos para el futuro, ayudando entender la realidad y apreciación por los rasgos propios de la localidad, formando una sociedad más amable con cada uno de los integrantes, produciendo relaciones sanas con todo el entorno, disminuyendo problemas sociales como la desigualdad y discriminación.

Las instituciones educativas generan grandes transformaciones cuando los alumnos alcanzan aprendizajes y conocimientos, a partir de las realidades locales frente al entorno natural y cultural, en relación con características turísticas que permiten un mejoramiento de la calidad de vida en la sociedad. En una investigación realizada por docentes¹³⁰, se declara que la cultura universal se encuentra disposición en todas las personas por medio del turismo. Por ende, este fenómeno promueve el desarrollo cultural en diferentes pueblos, dando apertura a la concepción de nuevos conocimientos gracias a la interacción social con otras culturas diferentes a la propia. Lo anterior, infiere que, ante la curiosidad e interés por otros destinos, se determina la selección del destino, en que la comunidad local debe estar preparada para recibir visitantes y mantener un intercambio dialógico cultural. Además, entre los impactos que genera el fomento de la cultura turística en los niños, se promueve un desarrollo económico, debido a que, al tener conocimiento sobre lugares, genera la iniciativa de visita, y aunque ellos no representen poder adquisitivo, si tienen la capacidad de influencia en el momento de elegir un destino para visitar, donde los padres si representan dicho poder.

La aplicación de proyectos educativos en niños relacionada con la cultura turística presenta un impacto social positivo, así lo afirma el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,¹³¹ dado que fomenta el sentido de pertenencia por el territorio, enseña sobre la legalidad desde la infancia, promueve el derecho de la recreación en niños, crea un tejido social, motiva la profesionalización en turismo y contribuye en proyectos de vida. De

¹³⁰ ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018.311 p. ISBN: 978-958-58676-7-3

¹³¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Rectores de establecimientos educativos públicos interesados en ser parte del programa Colegios Amigos del Turismo [sitio web]. [s.l.];, 2020. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollosostenible/colegios/rectores>.

hecho, jóvenes emprendedores han generado iniciativas en pro de la comunidad, por ese motivo Baquero,¹³² hace énfasis que el desarrollo de la cultura turística requiere de vivir experiencias innovadoras dentro y fuera de las aulas de clase para comprender el entorno compuesto por ámbitos naturales y culturales, en otras palabras, es brindar la posibilidad de entender las situaciones que dinamizan un territorio.

Por último, la diversidad permite nuevas formas de aprender la interculturalidad existente en la sociedad. Para Dietz,¹³³ el auténtico significado de las conexiones culturales genera un dinamismo amigable entre las culturas, en que valores como el respeto, empatía y tolerancia son el fomento para la edificación de comunidades interculturales.

8.2. ECONÓMICO

Actualmente, la actividad turística se considera como una herramienta fundamental en el desarrollo económico. Por esto, la Organización Mundial de Turismo, no solo reconoce el turismo como actividad promotora de riqueza y empleo, sino que es un factor clave para combatir la pobreza en países subdesarrollados, permitiendo un intercambio cultural entre países.

Para lograr un crecimiento en el sector turístico, es pertinente analizar, sistematizar y planificar los servicios y productos turísticos potenciales de cada región, para generar nuevas ideas en pro de brindar una prestación y consumo exitoso, que respondan con las exigencias de viajeros y locales. Los emprendimientos relacionados con servicios turísticos, tales como agencias de viajes, restaurantes, cafeterías, discotecas, hoteles, rutas turísticas, transporte, entre otros; son los elementos esenciales para que la actividad turística evolucione constituyendo un aporte local en generación de empleo y mayor dinamismo comercial.

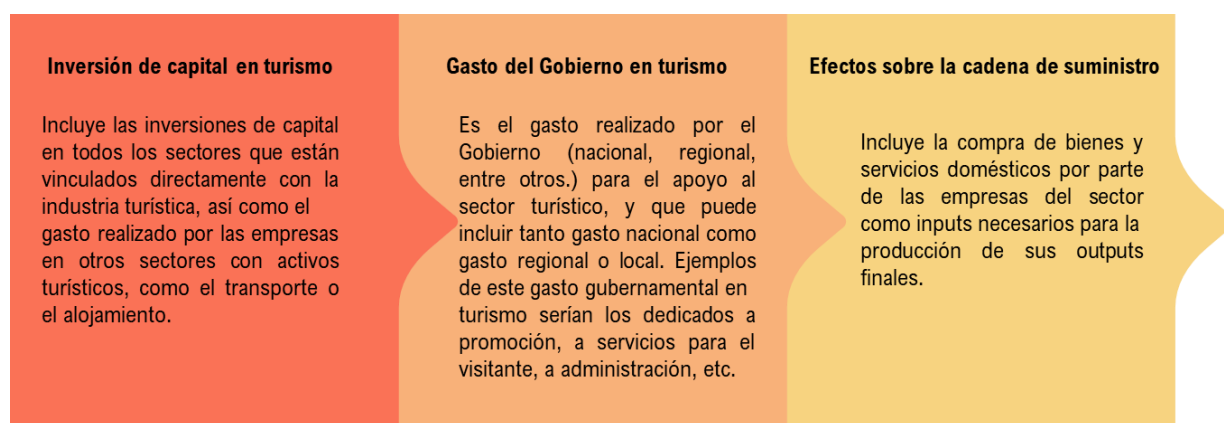
¹³² BAQUERO, J. Cogestor Líder Nivel Nacional Programa Colegios Amigos del Turismo 2019. [s.l.], 2020.

¹³³DIETZ, G. Interculturalidad: una aproximación antropológica. Perfiles educativos. 2017. pp.192-207. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000200192&lng=es&tlng=es.

Según el autor Sánchez ¹³⁴ señala que los efectos económicos se pueden desglosar en efectos directos, indirectos e inducidos. De acuerdo con ello, cita a Lemma,¹³⁵ refiriendo que los efectos directos se relacionan con el PIB o por el empleo generado en actividades turísticas, como hoteles, agencias de viajes, restaurante, aerolíneas, entre otros.

Por otro lado, los efectos indirectos, son aquellos impactos que se generan como consecuencia de actividades ejecutadas por el sector, el cual, depende de tres variables, así lo define la figura 20.

Figura 20. Factores Indirectos



Fuente: elaboración propia. Con base en Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. p.306.

Por último, el autor menciona que los efectos inducidos, es la contribución de la actividad turística hacia otras ramas de la economía, evidenciados en los gastos realizados por los agentes que participan de manera directa o indirecta en el flujo de dinero en el turismo. Lo anterior, se ejemplifica en la compra bienes de consumo como vestido, comida, artesanías, productos electrónicos, entre otros. Así desde la perspectiva de las empresas,

¹³⁴ SÁNCHEZ RIVERO, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

¹³⁵ LEMMA, A. F. Tourism Impacts. Citado por Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

se relaciona con la reinversión de beneficios o la compra de bienes de capital, tal como evidencia la tabla 3.

Tabla 3. Componentes de contribución económica

Componentes de la contribución directa, indirecta e inducida del turismo al PIB y al empleo.		
<i>Contribución directa</i>	Industrias	Servicios de alojamiento Servicios de comidas y bebidas Comercio minorista Servicios de transporte Servicios culturales, deportivos y recreativos
	Productos básicos	Alojamiento Transporte Entretenimiento Atracciones
	Fuentes de gasto	Gasto doméstico de los residentes Gasto doméstico de las empresas Exportaciones de visitantes Gasto individual del Gobierno
<i>Contribución indirecta</i>	Gasto en inversión privada en turismo Gasto colectivo del Gobierno en turismo Impacto de las compras a proveedores	
<i>Contribución inducida</i>	Comidas y bebidas Recreación Vestido Alojamiento Artículos de uso doméstico	

Fuente: elaboración propia. Con base en Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. p.307.

En el artículo por el MINCIT, menciona que el banco de la república en el primer trimestre del 2022 reveló que la generación de divisas por concepto de pasajeros representó aproximadamente US\$ 3,207 millones, creciendo 101,2% frente al año 2019. Asimismo, ProColombia, señaló que durante enero y junio de 2022, ingresaron al país 1.955.539 visitantes no residentes, evidenciando un crecimiento de 88,2% ante el año 2019. Colombia cuenta con 71.569 inscritos en Registro Nacional de Turismo como prestadores

de servicios turísticos, la cual, es cifra récord, que muestra un avance en 32% en relación con el 2021.

Con relación a las cifras mencionadas, evidencia que el turismo posee gran potencial económico en las localidades, por eso mismo, es importante el fomento del turismo en la sociedad, para aprovechar los recursos históricos, naturales, y culturales de cada región, debido a que lo interesante de realizar las actividades turísticas, es lograr observar la diversidad multicultural que puede existir en un país.

9. CONCLUSIONES

La construcción de la identidad se relaciona con una cadena de factores que se emplean durante toda la vida. La familia, escuela, comunidad son los individuos directos que hacen parte de relaciones culturales en los niños, entendiendo que no es una autopercepción sino relaciones dinámicas con otros. Según Odina,¹³⁶ el ser humano acoge valores culturales que se manifiestan en el lugar de residencia, donde es importante mantener presente la identidad cultural propia, para que pueda perdurar durante generaciones. Es así que valores, costumbres, tradiciones y creencias se pueden conservar a través del tiempo, claro está, que por fenómenos como la globalización hace que se transformen debido a la interacción entre diferentes culturas.

Ante los resultados obtenidos, se puede deducir que los alumnos no poseen suficientes conocimientos históricos sobre Fusagasugá, solo destacan los elementos más conocidos como las casonas Coburgo y Balmoral, los monumentos el Indio y el homenaje de Lucho Herrera. Lo anterior evidencia, que los niños presentan interés y curiosidad por la historia que rodea al municipio, reconocen que los bienes patrimoniales son testigo del desarrollo económico, social y cultural, sin embargo, la ciudad jardín cuenta con más patrimonio cultural y natural que no es reconocido por la población. Por otra parte, el reconocimiento de reservas naturales no presentó un porcentaje positivo, demostrando que el 64% desconoce el entorno natural. Del total de 94 estudiantes 60 no tienen conocimiento sobre parques y rutas turísticas existentes.

En cuanto al patrimonio inmaterial, revela que existe confusión entre el folclore típico, música, ferias y eventos originales de Fusagasugá. Entre las justificaciones se evidencia que existe una generalización en las tradiciones culturales, mencionando que conocían *“la cumbia, el vallenato, el festival de Barranquilla, el mapalé, la salsa”*. A pesar de que

¹³⁶ ODINA, T.A. La identidad intercultural: concepto de paradigmas. 2011.Perú. [Consultado el 04 de noviembre de 2022] Disponible en: <http://red.pucp.edu.pe>

estos pertenecen a la cultura colombiana, no son propios del municipio, esto evidencia que no hay un recordatorio colectivo sobre las costumbres y tradiciones propias.

Además, se determina que el medio por el cual los niños conocen la historia ha sido a través de la asignatura Ciencias Sociales, la cual, debe ser el canal ideal para contribuir por un desarrollo integral, con la proporción de elementos que permitan la educación hacia un turismo sostenible en el territorio, a partir de dimensiones ambientales y socioculturales. Para el fortalecimiento de estrategias pedagógicas y didácticas, se debe promover una identidad cultural, creando un sentido de pertenencia por el entorno que le rodea, haciendo uso del aprendizaje recibido en el colegio, sin perder la esencia identitaria donde se encuentre ubicado.

Cuando se fomenta la cultura turística, permite una formación integral sobre la apropiación cultural del territorio. Los autores Gallego y Toro,¹³⁷ determinan que al momento de recibir una correcta educación desde niños, se fortalecerán buenas prácticas de turismo, donde los niños reconocen su entorno turístico del que deben cuidar y apropiarse. Dado lo anterior, es importante reconocer el valor didáctico que inicia en el manejo de la identidad cultural desde las aulas.

En una entrevista realizada por Noticias Día a Día¹³⁸ al concejal Leonardo Ojeda, sobre el turismo en Fusagasugá, reveló que para aquellos que son fusagasugueños saben que es un lugar de buen “vividero”, pero aquellas características propias no han sido aprovechadas, desde el punto de vista administrativo en la promoción turística falta estructuración, dado que la Ciudad Jardín cuenta con gran potencial, pero este no es conocido por visitantes y locales. Evidenciándose la necesidad de implementar

¹³⁷ TORO, Carolina y GALLEGO, Daniela. La Cultura Turística Inicia En Los Niños” Y Su Aplicación En El Centro De Desarrollo Infantil Caritas Alegres Del Municipio De Guatapé, ANTIOQUIA. Tesis de Trabajo de grado. Antioquia: UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, 2021. 1-61 p. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: oroCarolina_GallegoDaniela_2021_CulturaTurísticaGuatapé.pdf.

¹³⁸HURTADO, Luis. Turismo en Fusagasugá: Lo que hay y qué falta en la Ciudad Jardín sin Floralia. En: Noticias Día a Día. Fusagasugá. 2021. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.noticiasdiaadia.com/turismo-en-fusagasuga-lo-que-hay-y-que-falta-en-la-ciudad-jardin-sin-floralia/>.

estrategias que promuevan el desarrollo turístico en la población local, iniciando desde la primera infancia que son las generaciones futuras.

Es importante educar a los niños proporcionándoles valores y respeto hacia la protección del patrimonio turístico (bien sea natural o cultural), en tanto se identifique el turismo como una actividad relevante en la región, reconociendo y valorando recursos naturales, culturales y sociales, con el fin de potencializar el patrimonio local, para el desarrollo de actividades turísticas. En síntesis, los recursos culturales se consideran como factores de desarrollo, convirtiendo recursos locales: costumbres, gastronomía, ferias populares, expresiones artísticas, monumentos y más, en identidad cultural.

En Colombia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo¹³⁹ desde el año 2005 creó el programa “Colegios Amigos Del Turismo -CAT” con el fin de ayudar a instituciones educativas públicas del país a promover de manera voluntaria ideales propios, formalizando acciones y proyectos en el área de turismo hacia la comunidad estudiantil. Como se ha mencionado, el objetivo principal del programa es promover la cultura turística, la posesión territorial, el uso y disfrute del tiempo libre, la construcción de estructuras sociales y empresarial desde una edad temprana, centrándose en el desarrollo integral y sostenible. Sin embargo, este programa solo se ha implementado para instituciones educativas públicas, en las que el aprendizaje y concientización del turismo se dirige a una población específica, dejando de lado aquellos que pertenecen al sistema privado.

De hecho, tales iniciativas de proyectos sobre la cultura turística han demostrado ser casos de éxito, claro ejemplo de ello, son los municipios de Vichada, Magdalena, Cundinamarca y la capital del país, Bogotá. Gallego y Toro, citan a Villamizar,¹⁴⁰ quien resalta que Colegios Amigos del Turismo se cataloga como la única práctica en el mundo que fortalece las destrezas, habilidades y conocimientos en la población infantil como

¹³⁹ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Mincit.gov.co. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>

¹⁴⁰GALLEGO, Op. Cit; p. 78. Cita a Villamizar, S. Cogestora del Viceministerio de Turismo.

anfitriones de la cultura turística, y ese tipo de iniciativas precisamente, se pueden trasladar a nivel internacional. Evidencia de ello, fue el reconocimiento obtenido por parte de la OMT en el 2019.

En consecuencia, la ejecución de iniciativas hacia el fomento de la cultura turística en los niños son las claves para promoverlo. De ahí que depende de la apropiación cultural por parte de la comunidad anfitriona, para que, en el momento de la interacción social, se compartan conocimientos y valoraciones que brinden un impacto positivo en la cultura turística, donde no se pierda la identidad, al momento de interactuar con otros. Los niños, jóvenes y adultos migrantes son portadores de cultura y el propósito de las instituciones educativas en relación con al área cultural, deben preservar las tradiciones, enriquecer el conocimiento, haciéndolos sentir en sintonía con el entorno, promoviendo el respeto entre el multiculturalismo.

Como lo mencionó Porter, a partir de la creación de ventajas competitivas, se generará mayor desarrollo en una economía. Por ende, cuando la oferta turística crece, los visitantes aumentan, generando un gasto en el destino seleccionado, lo cual produce un incremento en el PIB, que se verá reflejado en el crecimiento económico del lugar. Es así que los niños no representan un poder adquisitivo, pero si son el factor determinante en la elección de un lugar de destino, donde los padres si representan un potencial económico.

De igual forma, se evidenció que el turismo posee un desarrollo económico importante, puesto que brinda generación de empleo; son negocios de baja inversión, es decir, que pequeños empresarios pueden incursionar en el área; generan mayores ingresos; se fomenta la educación, dado que hace necesario conocer las características propias de cada lugar; mejora los servicios públicos, como la inversión en infraestructura.

La promoción de la cultura turística, la pertenencia por el territorio, el uso del tiempo libre, y la construcción de estructuras sociales y comerciales desde la infancia, con énfasis en un desarrollo sostenible e integral, deben contribuir a la mejora de competitividad turística

del territorio, el cual, se fortalecerá en el largo plazo, por medio de proyectos e ideas generados desde la escuela. Por lo anterior, el estudiante brindará ideas o emprendimientos, en relación del fortalecimiento del turismo por el lugar que habita. De allí, radica la importancia sobre generar una base identitaria desde la infancia, para que las costumbres, tradiciones, bienes patrimoniales y cultura propia no se pierdan, sino que se promueva y fortalezca, a través de nuevas propuestas de negocio, aportando desde un nivel social y económico.

Asumir prácticas turísticas de base legal y formal desde edades tempranas, permite la construcción de estructuras sociales. El fomento del turismo como actividad económica para la población infantil y juvenil, permite que la cultura turística se convierta en un hábito y estilo de vida. Como alternativa de la actividad socioeconómica y cultural, el sector de la educación debe participar en formación y aprendizaje para estudiantes, con el fin de generar una concientización, sobre la importancia de esta actividad para el desarrollo local, es decir, que el turismo, contribuye a la construcción y transformación de proyectos de vida.

En efecto se promueven escuelas inclusivas, cuando se socializan valores, bienes o productos culturales y se distribuyen equitativamente en la escuela sin distinción de ningún tipo. Desde esta perspectiva, una tarea importante de los docentes es desarrollar habilidades para reconocer el patrimonio cultural, asegurando que el contenido entregado a los estudiantes en el aula sea comprendido asegurando un proceso de aprendizaje exitoso. Por lo anterior, es necesario la aplicación de herramientas didácticas, como la cartilla *“Conoce a Fusagasugá. Ciudad Jardín de Colombia”* producto de este trabajo, que contribuirá a la apropiación y difusión de la historia, símbolos, cultura, atractivos turísticos.

A partir de las nuevas dinámicas y tendencias turísticas, se debe realizar una correcta cohesión con las políticas del municipio, integrando la empresa, sociedad e instituciones, que deben impactar de manera positiva en los diferentes contextos. Es pertinente, tener presente la responsabilidad social, desde la infancia, donde se forme un ser integral con

competencias personales, sociales y académicas que transformen con dinamismo la sociedad en el beneficio común, entendiendo el compromiso de la preservación de la identidad con el sentido de pertenencia y cómo influye en el desarrollo económico, social y cultural de la región.

10.RECOMENDACIONES

Las actividades didácticas referentes a temas de la identidad cultural en los niños deben ser claras para lograr una correcta comprensión, en que el que se incluya la enseñanza

del patrimonio natural, material e inmaterial distintivos en la región. La reformulación de una cátedra cultural infantil se debe producir desde la estructura, comprendiendo que la construcción de bases sólidas en referencia a la identidad cultural no basta solo con la participación de los niños, sino también con un claro compromiso de los padres. A todo esto, debe primar el compromiso sobre la preservación de bienes culturales, asimismo de costumbres y tradiciones propias, para que en el momento de interactuar con el turista se pueda educar y exigir el cuidado y respeto por el patrimonio cultural.

Es importante que el desarrollo de la cultura turística comience con las personas locales (niños) para que pueda extenderse a los turistas. Esto se verá reflejado en una mejor calidad de vida para los habitantes de la ciudad en el futuro, produciendo cambios en el desarrollo social, cultural y económico.

El reconocimiento que hicieron los niños sobre la importancia de la historia cultural que representa para el desarrollo del ser, destacaron que “les agrada visitar casonas y saben que hacen parte del patrimonio cultural”. Así, los planes de recuperación de estos inmuebles representan gran aporte histórico y turístico.

Para que la aplicación de la cartilla sea exitosa, es relevante que los profesores como seres de influencia directa en la población de estudio, se apropien de la cultura, identidad y saberes de la historia local.

Es fundamental aumentar el tiempo de implementación actual y ampliar el campo de conocimiento de la cultura infantil, la formación de educadores y la necesidad de que los locales se comprometan a transmitirlo a los turistas y visitantes para que formen parte de un proceso de desarrollo en el turismo sostenible, mitigando impactos negativos. En relación de ello, para que el aprendizaje en los niños sea una manera de gozo, se puede apoyar en materiales creativos en aulas de clase e incluso en salidas pedagógicas que deben ser vivencias turísticas, con el fin de promover mayor sensibilidad al conocer directamente los bienes y costumbres del municipio.

La incorporación de elementos ambientales, sociales, culturales, entre otros, pueden hacer uso interesante de las características del territorio con herramientas didácticas. Realizando actividades que le permitan al alumno una interacción con las tradiciones y costumbres propias, como talleres de música, teatro y danza que permiten un aprendizaje y apropiación de forma vivencial contextualizada. El desarrollo de la cultura turística requiere salir del aula para vivir y comprender el entorno de ámbitos, posibilitando la comprensión de las situaciones que implican las dinámicas del territorio.

Díaz y Chaparro,¹⁴¹ mencionan que los modelos cognitivos sociales de enseñanza, en general, el constructivismo, reconoce la vinculación con el entorno, situación que favorece el aprovechamiento de las características naturales y culturales del lugar donde se encuentra la institución educativa. Asimismo, la implementación del turismo escolar contribuye a la cultura turística, según Silva,¹⁴² esta tipología permite el reconocimiento del patrimonio regional, donde estudiantes pertenecientes a una institución educativa visitan centros, eventos deportivos de ocio, museos, parques naturales entre otros, con el propósito de vivir nuevas experiencias que permitan la identificación del lugar que se habita.

De igual forma, es pertinente, que se desarrolle investigaciones sobre la percepción de empresarios hacia el potencial del sector turístico del municipio como modelo de negocio. Como se ha mencionado Fusagasugá, cuenta con potencial turístico, el cual debe ser fortalecido en la memoria colectiva. La generación de nuevos proyectos con relación al turismo, produce nuevas oportunidades para el desarrollo social, económico y cultural en el municipio. Por ende, el propósito es aumentar la eficiencia y cooperación entre oferta

¹⁴¹ DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

¹⁴² SILVA, Alicia. Turismo Educativo. En: Revista de investigaciones UNAD. 2013, vol. 12, nro. 1. pp. . [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/revistainvestigaciones/Volumen12numero1_2013/a13_Turismo_educativo_1.pdf.. ISSN 0124 793X.

y demanda, maximizando los beneficios del turismo en términos de productividad comercial, equidad territorial y calidad de vida en las comunidades receptoras.

REFERENCIAS

ACERANZA, Miguel Ángel. Administración del turismo: Conceptualización y organización. [en línea]. Ciudad de México, México: Trillas SA, 1991. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-24-4169-2. Disponible en: <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-de-palermo/introduccion-a-hoteleria-y-turismo/aceranza-el-turismo-aspecto-conceptual/16315906>

ALAN NEILL David y CORTEZ SUARÉZ Liliana. En: Procesos Fundamentos de la Investigación Científica. [En línea]. Editorial Utmach. 2018 [Consultado el 21 de Septiembre, de 2018]. Capítulo 4. Disponible en <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

ALCAÍN, José Antonio. La tradición [en línea]. Bilbao: Universidad de Deusto, 1998. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://books.google.com.co/books?id=338YKZSe1RsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

BAUMAN, Zygmunt. Identidad. Traducido por Daniel SARASOLA. España: LOSADA, 2018. 212 p. ISBN 9789500393997

BARRETO, Margarete. Turismo e Legado Cultural. Reseña por CULTUR revista de cultura e turismo. Campinas: Papyrus. 2008. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115417706005>

BARTONCELLO, Rodolfo. Turismo y Territorio. Otras Prácticas, Otras Miradas. En: Revista Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Centro de Investigaciones Turísticas. [en línea]. 2002, pp.29-50. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/259/> ISSN 0329-2045.

BAQUERO, J. Cogestor Líder Nivel Nacional Programa Colegios Amigos del Turismo 2019. [s.l.], 2020.

BBC News Mundo. Los colombianos seguimos de espaldas a nuestra verdadera identidad, negando lo que somos". [sitio web]. Periodista Daniel PARDO, 2021. BBC News Mundo. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55753596>

BUSTOS CARA, Rodrigo. Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. [en línea]. Argentina: 2004. 1-24 pp

BUSTOS CARA, Rodrigo. Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. [en línea]. Argentina: 2001. 11-28 pp. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>

BRAINS NURSERY SCHOOL. La importancia de transmitir las tradiciones. [sitio web]. España:Madrid. 14 de mayo de 2015. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://brainsnursery.com/por-que-es-importante-transmitir-las-tradiciones-a-los-ninos/>

CASSANI, María Julia. Turismo y patrimonialización. ¿Proceso dinámico hacia el desarrollo? En: Instituto de Investigaciones en Turismo, Universidad Nacional de La Plata. [en línea]. 2014. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/45/10745/004a6fc823ee2ec4923b073e5a651285.pdf>

CAMARGO, Patricia. Rutas Turísticas Culturales: una herramienta para el aprendizaje de los alumnos de la enseñanza media. Tesina realizada para el Máster Internacional de Turismo. España: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2003. 16p. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://fddocuments.co/document/rutas-turisticas-culturales-una-extracto-de-la-portada-del-libro-posibilitando.html?page=1>

CASTRO ARIAS, Carlos. (Periodista). El patrimonio hace parte de la identidad del país: Alberto Escobar. Cultura e identidad nacional. [programa radial]. Caracol Radio. 06, abril, 2021.

CARRETERO, M. Documentos de identidad: La construcción de la memoria histórica en un mundo global [en línea]. Buenos Aires: Paidós, 2007. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

CAJAL, Alberto. Importancia de los símbolos patrios [sitio web]. Liferder: 2022. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.liferder.com/importancia-simbolos-patrios/>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Rectores de establecimientos educativos públicos interesados en ser parte del programa Colegios Amigos del Turismo [sitio web]. [s.l.]:, 2020. [consultado el 04 de noviembre de 2022].

Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollosostenible/colegios/rectores>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Turismo. [sitio web]. Colombia: MICIT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/kids/tesoros-en-colombia/turismo>

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Ley 115. (08, febrero, 1994). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones En: Diario Oficial. pp. 50.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Ley 2068 de 2020 (31, diciembre, 2020). La nueva Ley de Turismo. fue sancionada por el presidente Duque.2020. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/ley-de-turismo-sancionada-por-el-presidente-duque>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 2184 de 2022 (06, enero, 2022). Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Enero, 2022.

CHILE. CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. [sitio web]. Chile: La Institución, 2015. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

DE PABLO, Valentín. La animación una opción pedagógica. Revista Mercaba. [s.l.]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm

DEWEY, John. Citado por GARCÍA, Inmaculada. El conocimiento de los niños sobre el patrimonio de su ciudad. España: Granada, 2014. p. 94. Disponible en: https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/40415/Inmaculada_Garc%C3%ADa_Mart%C3%ADn.pdf?sequence=1

DÍAZ CHAPARRO, Anaid y MACHADO, Rodrigo. La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. En: Revista UExternado. 2016, 49-71 pp. [consultado el 15 de septiembre del 2022]. DOI: [dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04](https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04)

DIETZ, G. Interculturalidad: una aproximación antropológica. Perfiles educativos. 2017. pp.192-207. Disponible en:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000200192&lng=es&tlng=es.

ESCOBAR CAZAL, et al. Gestión organizacional. Perspectiva. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca. 2018.311 p. ISBN: 978-958-58676-7-3

EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. Descubre la importancia de enseñar todo sobre la cultura en la primaria [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 25 de agosto de 2022. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.euroinnova.co/blog/cultura-primaria>

EXTRATEGIA DE MEDIOS. Colegios de Cundinamarca “Amigos del turismo”. En: Extrategia de medios [sitio web]. Bogotá: [s.n.], 2018. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://extrategiamedios.com/colegios-de-cundinamarca-amigos-del-turismo/>

FONDO NACIONAL DE TURISMO. Red turística de pueblos patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2012. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://redturisticadepueblospatrimonio.com.co/>

FONDO NACIONAL DE TURISMO. Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. [sitio web]. Bogotá: FONTUR, 2020 [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf

FUNDACIÓN MANUEL AYA. [sitio web]. Fusagasugá: La Institución. [Consultado el 21 de Septiembre]. Disponible en: http://fundacionmanuelaya.com/acerca-de-nosotros_1.html

GARCIA, C. Globalización, resistencia e interculturalidad. En: Revista de la facultad. 2014. pp. 19-20. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/revistadelaacademiadeinvestigaciones/view/1114>.

GAZERRA, María Alejandra. et al. Las empresas turísticas: y su administración. Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, 2010. 394 p. ISBN 978-987-604-188-1

GIMÓN LATOCCA, Ronald Jesús. La problemática del Patrimonio Cultural Edificado en América Latina y el Caribe. En: Disenso, Crítica Y Reflexión Latinoamericana. [en línea]. 2021, vol. 4, nro 1. p. 110-128. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://barropensativo.com/index.php/DISENSO/article/view/94>

GONZÁLEZ HERRERA, Manuel R. Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. Temas latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura. Brasil: INMOD, 2014.175 p. ISBN 978-85-87963-94-9.

GÓNZALEZ, M., CASTRO, G., PÉREZ, R., y PALAFOX, A. Estrategia para la Formación de la Cultura Turística de la Población Local residente en las ciudades de Remedios y Caibarién, Villa Clara. 2008. consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: http://www.manuelgonzalezherrera.com/proyectos_investigacion/05.pdf

HERNÁNDEZ, C. y ROMERO, C. Acerca de la Identidad” En Jesús Estepa OYARZÚN, A; IRRAZABAL, R; GOICOVIC, I; REYES L (2003) Reforma Educacional entre cultura juvenil y la cultura escolar. 2001. [Consultado el 03 de noviembre de 2022] Recuperado de: <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/doc/not/libro124/index.htm>

HERNANDEZ, F. La relación sociedad naturaleza y el turismo. En: Observatorio: Revista Electrónica de Geografía. 2009, vol. 1, nro. 1. pp. 105-123. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: goo.gl/FqevmX

HOSTELTUR. Turismo familiar: cuando los niños deciden el destino. [sitio web]. [s.l.]: [s.n.], 09 de Julio de 2014. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/162800_turismo-familiar-cuando-ninos-deciden-destino.html

HURTADO, Luis. Turismo en Fusagasugá: Lo que hay y qué falta en la Ciudad Jardín sin Floralia. En: Noticias Día a Día. Fusagasugá. 2021. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.noticiasdiaadia.com/turismo-en-fusagasuga-lo-que-hay-y-que-falta-en-la-ciudad-jardin-sin-floralia/>.

IRIARTE CÉSPEDES, Fernando. Cultura y turismo cultural. [sitio web]. [s.n.]: [s.n.], 2008. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtml> - 15.03.2008

KRAVETS, Iryna y DE CAMARGO, Patricia. La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. En: CULTUR Revista de cultura e turismo. 2008. pp. 16. [consultado el 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3240044.pdf>

KEMMIS, Stephen y MACTAGGART, Robin. Cómo planificar la investigación-acción. [en línea]. España: [s.n.] 1998. ISBN: 84-7584-088-4

KIRSCHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. La cultura de les destinacions: teoritzar el patrimoni. En: Revista d'Etnologia de Catalunya. [en línea]. 2001, nro. 19. pp. 44-61.

[Consultado: 17 de septiembre de 2022]. ISSN 1132-6581. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2951887>

KIM, Y HONG, S. Intersectionality of cultural identity among immigrants in South Korea from a multidimensional acculturation perspective. En: *Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work*. 2019. pp. 1-15. [consultado el 05 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/15313204.2019.1590276.

LEMMA, A. F. Tourism Impacts. Citado por Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), *Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas*. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

NORAMBUENA, Paola y MANCILLA, Viviana. La identidad cultural como fuente de aprendizaje significativo. En: *Geoenseñanza*. 2005, vol. 10, nro. 2. pp. 219-234. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: ISSN 1316-6077.

NUEZ SOCORRO, María Victoria. De La Apuntes del módulo "Patrimonio y turismo". 2008. Máster Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

MACCHIAVELLO ALBARRACÍN, Claudia. Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rímac al 2017. Tesis de pregrado. Perú: Universidad de San Martín de Porres, 2017. 271 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3248>

MATEO ROSALES, Jessica. El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del Cantón La Libertad, caso Malecón. Tesis de pregrado Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018. 83 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4363>

MALHORTA NARESH K. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Pearson. ISBN 978-970-26-1185-1. Disponible en www.pearsoneducacion.net/malhotra

MARTÍNEZ, Félix. Aproximación a la historia de Fusagasugá [en línea]. 2nd ed. Fusagasugá: Fusagasugá D'Impacto, 2011. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/33265276/Aproximaci%C3%B3n_a_la_historia_de_Fusagasug%C3%A1.

MENDIVIL, Luzmila. El arte en la educación de la primera infancia: una necesidad impostergable. En: *Educación*. Septiembre 2011, vol. 10, nro. 39. pp. 23-36. [consultado

el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/1802>. ISSN 1019-9403.

MÉXICO. SECRETARIA DE TURISMO. Breviario de cultura turística. [sitio web]. México: SECTUR, 2012. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/32795788/BREVIARIO_DE_CULTURA_TUR%C3%8DSTICA

MONTESSORI, M. Didáctica de la educación infantil. 2009.

MOLANO, Olga. Identidad Cultural un concepto que evoluciona. En: Opera. 2007, vol. 7 pp. 69-84. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>. ISSN: 1657-8651.

MUÑOZ RICO, Alejandra. Las industrias creativas representan 3% del PIB y lograron generar 522.000 empleos. En: Diario La República [en línea]. Bogotá. 28 de mayo de 2022. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Nuestro Patrimonio Cultural al alcance de todos. [sitio web]. Bogotá: MinCultura, 2015. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/mes-del-patrimonio/patrimonio-cultural-al-alcance-de-todos/Paginas/Nuestro-Patrimonio-Cultural-al-alcance-de-todos.aspx#:~:text=R%2F%20Podemos%20distinguir%20dos%20clases,%2C%20objetos%2C%20documentos%2C%20etc>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Colegios Amigos del Turismo. [sitio web]. Bogotá: MICIT, 2021. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. [Mincit.gov.co](https://www.mincit.gov.co). <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/colegios-amigos-del-turismo>.

ODINA, T.A. La identidad intercultural: concepto de paradigmas. 2011. Perú. [Consultado el 04 de noviembre de 2022] Disponible en: <http://red.pucp.edu.pe>

ORDUNA, Gabriela y URPÍ, Carmen. Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. En: Polis, Revista de la Universidad Bolivariana. 2010, vol. 9, nro. 26. pp.1-18. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/305/30515373005.pdf>. ISSN 0717-6554.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. España: UNESCO, 2020. [Consultado: 15

de septiembre de 2022]. Disponible en:
<https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. [sitio web]. UNESCO, 2001. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en:
http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Glosario de términos de turismo. [sitio web]. OMT, 2022. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en:
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Demanda oferta y mercado turístico. [sitio web]. OMT, 2006. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en:
<http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/03/Demanda-oferta-ymercado-tur%C3%ADstico-Unidad-2.pdf>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. El turismo cultural y creativo hoy. [sitio web]. UNESCO, 2022. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en:
<https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Patrimonio cultural. [sitio web]. UNESCO, 2020. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en:
<https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

PASTO ALFONSO, María José. El patrimonio cultural como opción turística. En: Horizonte antropológicos. [en línea]. España: Universidad de Alicante. 2003, nro 9. p. 97-115. Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en:
<https://www.scielo.br/j/ha/a/XVMd89rnNjQC5wZNGt5BckM/?format=pdf&lang=es>

PERNIA, Erixon. La Educación Cultural en Preescolar [sitio web].2016. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en:
<https://erixonpernia.wordpress.com/2016/10/23/la-educacion-cultural-en-preescolar/>.

PORTER, Michael. La ventaja competitiva de las naciones. Ed. Plaza & Janés. España: 1991. pp. 63-107.

PRUAÑO, Ana María. Educación infantil. Método pedagógico, los rincones. pp. 1-23. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://educrea.cl/wp-content/uploads/2015/09/educacion-infantil-metodo-pedagogico-rincones.pdf>.

RENDÓN, María Luisa. El Municipio y el Desarrollo Turístico Local. Lima, Perú: [s.n.], 2006. p. 104. ISBN 9972-33-282-9.

RODRÍGUEZ, Jenny. Fortalecimiento de la Identidad Cultural en la Infancia del Municipio de Sutatausa mediante los Pilares de la Educación Inicial para el Desarrollo Integral. Tesis de Trabajo de grado. Chiquinquirá: Universidad Santo Toma, 2021. 217 p. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. Disponible en: [filjennyrodriguez%20\(1\).pdf](#).

RODRIGUEZ, José María. Mente Del Niño: Como Se Forma Y Como Hay Que Educarla [en línea]. Madrid: Aguilar, 2018. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://tiohapaner.blogspot.com/2018/11/libro-mente-del-nino-como-se-forma-y.html>.

RUEDA, Nancy. TLC Colombia-Estados Unidos y sus implicaciones en el turismo. En: Revista Universidad del Externado. 2012. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3402/3525>.

RUIZ OLIVA, Angela Patricia. Formación de la cultura turística para promover la conservación del Santuario Histórico de Pomac. En: Revista Científica EPISTEMIA [en línea]. 2018, pp. 1-12. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/891/758>.

SÁEZ ABAD, Rubén. En el patrimonio como recurso de desarrollo. En: Rehalda [en línea]. 2007, nro. 6. p. 26. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2381972.pdf>

SÁNCHEZ RIVERO, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y herramientas para su medición. En. (Ed.), Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. (ed.rev, pp. 300-324). Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/11954>

SÁNCHEZ, Wendy Marilú. El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. En: Península. 2010, vol. 4, nro. 2. pp. 1-22. [consultado el 02 de noviembre]. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v4n2/v4n2a4.pdf>.

SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto y MENDOZA TORRES, Christian. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 6ª. ed. [en línea]. México: Editorial Mc Graw Hill Education, 2018, p. ISBN: 978-1-4562-6096-5, p. 714.

SECRETARIA DE TURISMO. Cultura Turística para Personal de Contacto [sitio web]. [s.l.]: [s.n.]. [consultado el 02 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://comercializacionpt.weebly.com/uploads/2/6/7/0/2670454/personaldecontacto.pdf>.

SECTOR TURISMO. Ventajas competitivas/comparativas relacionadas con el desarrollo del turismo, provincia del Sumapaz. En: Universidad de Cundinamarca. Congreso Internacional en Gestión Organizacional: la empresa del siglo XXI (IV: 2022, Fusagasugá). IV CONGRESO INTERNACIONAL EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL: LA EMPRESA DEL SIGLO XXI: 2022. pp. 4-29.

SIERRA QUIÑONES, María Isabel y FLOREZ ALDANA Heidi Paola. Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Humanidades e Idiomas. Bogotá: Universidad Libre, 2018. 99 p. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15692/Fortalecimiento%20de%20la%20identidad%20cultural%20colombiana%20a%20trav%C3%A9s%20de%20textos%20literarios%20en%20estudiantes%20.pdf?sequence=1>

SILVA, Alicia. Turismo Educativo. En: Revista de investigaciones UNAD. 2013, vol. 12, nro. 1.[consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/revistainvestigaciones/Volumen12numero1_2013/a13_Turismo_educativo_1.pdf.. ISSN 0124 793X

SORIANO, E. Planteamiento intercultural del currículum para su calidad educativa. En: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. 2012, vol. 10, nro. 4. pp. 50-62. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/864>.

SHÄPERS, A. La especificidad cultural del texto literario: una propuesta didáctica de sensibilización. Quaderns. Revista de Traducción. 2016. pp. 37-58.

TORRE PADILLA, Oscar De La. El turismo. Fenómeno social. [en línea]. México: Fondo de Cultura Económica, 1982. [Consultado el 17 de septiembre de 2022]. ISBN 968-16-0646-9. Disponible en: <https://archive.org/details/el-turismo.-fenomeno-social-oscar-de-la-torre-padilla/page/n5/mode/2up>

TORO, Carolina y GALLEGO, Daniela. La Cultura Turística Inicia En Los Niños” Y Su Aplicación En El Centro De Desarrollo Infantil Caritas Alegres Del Municipio De Guatapé, ANTIOQUIA. Tesis de Trabajo de grado. Antioquia: UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, 2021. 1-61 p. [consultado el 04 de noviembre de 2022]. Disponible en: oroCarolina_GallegoDaniela_2021_CulturaTurísticaGuatapé.pdf.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Modelo Educativo Digital Transmoderno MEDIT. [sitio web]. Cundinamarca, 2016. [Consultado: 15 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/modelo-educativo-digital-transmoderno>

VAN FLEET, Connie y RABER, Douglas. The Public Library as a Social/ Cultural Institution: Alternative Perspectives and Changing Contexts. [La biblioteca pública como institución social/cultural: perspectivas alternativas y contextos cambiantes]. Chicago: American Library Association, 1990. p. 500.

VILLAR, P. Introducción al vocabulario del análisis histórico [en línea]. Barcelona: Crítica, 1980.p. 12. [consultado el 01 de noviembre de 2022].

VIÑAS, Maritxell. La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia: Recursos TIC para profesores [sitio web]. s.l.: Marcaba, 2012. [consultado el 03 de noviembre de 2022]. Disponible en: https://www.mercaba.org/ARTICULOS/L/la_animacion_una_opcion_pedagogi.htm.

ZALLO, Ramón. Economía de la comunicación y la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. En: Revista De Estudios De Comunicación. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria. [en línea]. 2011, vol. 12 nro. 22. p. 20. [Consultado: 17 de septiembre de 2022]. DOI: <https://doi.org/10.1387/zer.3682>

ZHAN, X y WANG, S. Political Identity: A Perspective from Cultural Identity. Social Sciences in China. 2014, vol. 2, nro. 25. pp. 155-173. [consultado el 01 de noviembre de 2022]. DOI: 10.1080/02529203.2014.900890.

ANEXOS

ANEXO 1. Estructura encuesta



ENCUESTA: DIAGNÓSTICO DEL TURISMO CULTURAL EN NIÑOS DE PRIMARIA, COLEGIO FUNDACIÓN MANUELA AYA.



Apreciado estudiante: La Universidad de Cundinamarca está desarrollando un proyecto de investigación para identificar la importancia del turismo cultural de Fusagasugá en los niños.

A continuación, encontrarás una serie de preguntas, donde debes responder según tu propia opinión y conocimiento. Así, tus respuestas serán de gran ayuda para nosotros. Gracias por tu participación.

La información suministrada es confidencial; solo se utilizará con fines académicos y expresada exclusivamente de manera estadística. (AVISO DE PRIVACIDAD – Ley 1581 de 2012).

Fecha: _____

Nombre: _____

Lugar de residencia: _____

- Selecciona con una X según corresponda.

1. ¿En qué grado te encuentras?

- Tercero
- Cuarto
- Quinto

2. ¿En qué lugar naciste?

- Nació en Fusagasugá
- Otro lugar, escribe cuál aquí

3. ¿Qué edad tienes?

- 7 años
- 8 años
- 9 años
- 10 años
- 11 años
- 12 años

4. ¿Cuánto tiempo llevas viviendo en Fusagasugá?

- Menos de un año
- De 1 a 2 años
- De 2 a 5 años
- Más de 5 años

5. ¿Sabes que significa el nombre de Fusagasugá (dado por los indígenas)?

- Sí
- No

6. ¿Has escuchado sobre los indígenas Sutagaos?

- Sí
- No

¿Por qué?

7. ¿Consideras que símbolos patrios como el himno, bandera, y escudo de nuestro municipio, son importantes conocerlos?

- Sí
- No

¿Por qué?



8. ¿Sabes por qué a Fusagasugá le dicen "Ciudad Jardín de Colombia"?

- Sí
- No

9. ¿Conoce algún o algunos lugares históricos en Fusagasugá?

- Sí
- No

Si seleccionaste Sí, menciona que lugares conoces aquí 🖱

10. ¿Sabías que personajes históricos, como Simón Bolívar se quedó en las casonas de Fusagasugá?

- Sí
- No

11. ¿Conoces sobre la historia cultural de Fusagasugá?

- Sí
- No

12. ¿Conoces reservas ecológicas como parques naturales, ecoparques, rutas, entre otros?

- Sí
- No

Si tu respuesta fue Sí, escribe cuales aquí 🖱

13. ¿Conoces del folclor típico del municipio como música, bailes, fiestas, ferias, eventos?

- Sí
- No

Si tu respuesta fue Sí, escribe cuales aquí 🖱

14. ¿Conoces el concepto de "turismo"?

- Sí
- No

15. ¿Sabes que es un "turista"?

- Sí
- No

16. ¿Te gusta visitar con tus amigos o familia lugares naturales, históricos o recreativos en Fusagasugá?

- Sí
- No

Si tu respuesta fue Sí, escribe cuales aquí 🖱

17. ¿Estarías de acuerdo en la creación de una cartilla animada, que te ayude a conocer sobre la historia cultural del municipio de Fusagasugá?

- Sí
- No

¿Por qué?



ANEXO 2. Evidencia 24 de octubre de 2022. Día de realización de encuestas

Figura 21. Colegio Fundación Manuel Aya



Fuente: elaboración propia.

Figura 22. Evidencia de terminación de las encuestas



Fuente: elaboración propia.