

**LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANÁLISIS COMO ATRACTIVO
GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA**

ROMMEL FABIÁN GONZÁLEZ

Código:392221206

SANTIAGO CANO CARO

Código: 3922220206

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
GIRARDOT - CUNDINAMARCA
2023**

**LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANÁLISIS COMO ATRACTIVO
GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA**

ROMMEL FABIÁN GONZÁLEZ

Código:392221206

SANTIAGO CANO CARO

Código:3922220206

ÁNGELA MARÍA RICAURTE OTAVO

ASESOR

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
GIRARDOT – CUNDINAMARCA**

2023

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
1. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN	9
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	9
1.3 PROGRAMA ACADÉMICO	10
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
3. OBJETIVOS	13
3.1 OBJETIVO GENERAL	13
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
4. JUSTIFICACIÓN	14
5. MARCO REFERENCIAL	17
5.1 MARCO TEÓRICO	17
5.2 MARCO LEGAL	19
5.3 MARCO CONCEPTUAL	21
5.4 MARCO GEOGRÁFICO	27
6. DISEÑO METODOLÓGICO	31
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
6.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	31
6.2.1 Revisión Documental.....	32
6.2.2 Encuestas.....	32

7. RECURSOS	33
8. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS	34
8.1 LÍNEA DE TIEMPO DE LA GALLINA TOCAIMUNA	34
8.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	37
8.3 RECETA ESTANDAR.....	47
9. CONCLUSIONES	49
10. RECOMENDACIONES	51
11. BIBLIOGRAFIA	53
12. ANEXOS	55

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa de Cundinamarca en Colombia,	28
Figura 2. Mapa De Cundinamarca.	29
Figura 3. Mapa Del Municipio De Tocaima.	30
Figura 4. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna	41
Figura 5. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna	41
Figura 6. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna	42
Figura 7. Página Web Informativa Sobre La Gallina Tocaimuna.....	43
Figura 8. Página de facebook informativa sobre la gallina tocaimuna	45
Figura 9. Página de Facebook informativa sobre la gallina tocaimuna	46
Figura 10. Preparación de la gallina tocaimuna	48

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Formato 1, Entrevista Teresa Jiménez	55
Anexo 2. Formato 2 entrevista a Martha Martínez - Piqueteadero la Negrita.....	58
Anexo 3. Formato 3, Entrevista A Leidy Hernández	60
Anexo 4. Formato 4, Entrevista A La Señora Blanca Nieves Zamora	63
Anexo 5. Tabulación de Encuestas.....	65
Anexo 5. Sitios de Venta de Gallina Tocaimuna	82

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se adentra en el análisis profundo de la Gallina Tocaimuna, un ícono culinario que se ha convertido en un símbolo de identidad para el municipio de Tocaima, Colombia, a través de un estudio exhaustivo que abarca perspectivas históricas, culturales y culinarias, este trabajo busca comprender el valor intrínseco de este plato típico como elemento diferenciador de la oferta gastronómica local. Además, se explorará el potencial que posee la Gallina Tocaimuna para impulsar el desarrollo turístico del municipio, abonado a la cultura gastronómica de la región, posicionándolo como un destino atractivo para aquellos interesados en descubrir experiencias gastronómicas auténticas y arraigadas a las tradiciones locales, para lograr este propósito, la investigación se embarcará desde diversos aspectos, desentrañando así los orígenes de la Gallina Tocaimuna y su papel en la historia y cultura del municipio. Se analizarán las técnicas culinarias tradicionales que han dado vida a este plato a lo largo de generaciones, destacando los ingredientes locales y los métodos de preparación que le otorgan su sabor único e irresistible.

Más allá de su valor gastronómico, se explorará la dimensión cultural que envuelve a la Gallina Tocaimuna, se analizarán las tradiciones, lugares de comercio y todos los aspectos que giran en torno a este plato, revelando su profundo significado para la comunidad local y su papel como elemento importante de la identidad cultural de Tocaima, finalmente, la investigación se enfocará en evaluar el potencial turístico que representa la Gallina Tocaimuna para el municipio, se analizará la percepción que tienen los visitantes y potenciales turistas sobre este plato, así como su disposición a incluirlo como parte de su experiencia turística en Tocaima, a partir de estos hallazgos, se propondrán estrategias para el desarrollo y promoción de la Gallina Tocaimuna como un atractivo turístico gastronómico único y diferenciado.

Para lograr los objetivos propuestos en la presente investigación, se realizaron entrevistas semiestructuradas con 4 portadoras del saber en la preparación de la gallina y que han recibido este legado de sus madres y abuelas de generación en generación. A partir de la información recolectada con las entrevistas, se realizó una línea de tiempo de la gallina Tocaimuna y la receta estándar de este plato típico. De igual forma se realizó un fan page con el fin de informar los temas importantes de la gallina.

1. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El Consejo de Facultad, en el Acta N.º 009 del 17 de agosto de 2016, delineó las áreas y líneas de investigación que guiarán el camino de la facultad en este ámbito. Estas áreas, basadas en la línea institucional "Pensamiento y Organizaciones", buscan impulsar el desarrollo económico, político, cultural y social tanto de Cundinamarca como de Colombia. Este enfoque se alinea a la perfección con los principios establecidos en el Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Facultad y el Proyecto de Programa. En consonancia con esto, se adopta de manera específica el área de Turismo y Sociedad.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables se rige por la normativa oficial N.º 009, emitida el 17 de agosto de 2016, la cual establece los lineamientos para el desarrollo de la investigación en la facultad. Esta normativa sirve como guía fundamental para todas las actividades investigativas que se lleven a cabo en esta área.

En consonancia con la normativa, la facultad ha definido la línea de investigación "Desarrollo Turístico" como una de sus prioridades. Esta línea busca profundizar en el estudio del turismo desde diversas perspectivas, con el objetivo de generar conocimiento y aportar soluciones a los desafíos que enfrenta este sector clave para el desarrollo económico y social.

1.3 PROGRAMA ACADÉMICO

El presente trabajo de grado, titulado" **LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANÁLISIS COMO ATRACTIVO GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA**", se enmarca dentro del programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera que se ofrece en la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La gastronomía francesa es famosa por su variedad de platos deliciosos y refinados. Por ejemplo, el pan francés es uno de los alimentos más icónicos de Francia y se disfruta en muchas cafeterías parisinas. Además, los bistrós locales son conocidos por ofrecer cenas tradicionales a la luz de las velas, creando una atmósfera encantadora para los comensales. Estos elementos gastronómicos son tanto una expresión de la identidad cultural francesa como un imán para atraer turistas en busca de experiencias culinarias únicas.

Colombia se posiciona como un destino gastronómico de gran atractivo, ostentando un gran posicionamiento a nivel regional en su cultura culinaria, por ejemplo, el delicioso pan de bono, seguido del pan de yuca internacional, atrayendo a numerosos turistas que buscan experimentar su sabor único.

En el departamento de Cundinamarca, Tocaima se presenta como un caso de estudio en cuanto a la necesidad de promover su patrimonio culinario. La falta de difusión efectiva del plato típico local ha limitado su reconocimiento entre los turistas. Sin embargo, Tocaima posee un legado culinario invaluable heredado de las culturas precolombinas, el cual puede convertirse en un atractivo turístico de gran potencial ya que la gastronomía representa una herramienta fundamental para el desarrollo turístico, según los autores Cisneros, Barrera y Quintero “Se entiende a la gastronomía como un marcador cultural que es capaz de expresar de manera definida la pertenencia de un individuo a un grupo social establecido”¹ evidenciando de esta manera, que la propia esencia de los oriundos de Tocaima, está plasmada

¹ CISNEROS, H. F., BARRERA, M. L., & QUINTERO-SALAZAR, B. (2014). La gastronomía tradicional del norte del Estado de México. El caso de Acambay. Cuadernos Interculturales, 1(22), 13-34. Revisado el 07 de mayo del 2024, Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/552/55232244002.pdf>

en sus platos endémicos, los cuales les brindan un sentido de pertenencia hacia la cultura y la ancestralidad de su territorio, así mismo al promover y difundir de manera efectiva los platos típicos, la región puede atraer visitantes, generar ingresos y fortalecer la identidad cultural, Tocaima tiene la oportunidad de aprovechar su riqueza culinaria para posicionarse como un destino gastronómico atractivo, ofreciendo a los turistas una experiencia única y memorable.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué potencial tiene la gallina Tocaimuna como elemento diferenciador en la oferta Turística del municipio?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar una puesta en valor de la Gallina Tocaimuna como atractivo gastronómico en el municipio de Tocaima

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una línea de tiempo de la gallina tocaimuna en el municipio de Tocaima, con el fin de conocer su posicionamiento como atractivo gastronómico.
- Diseñar estrategias de marketing para promocionar la gallina tocaimuna a nivel regional.
- Realizar la receta estándar de la gallina tocaimuna como plato típico principal del municipio.

4. JUSTIFICACIÓN

El turismo gastronómico, caracterizado por su amplia diversidad, ha existido desde tiempos remotos, atendiendo a viajeros que se desplazaban por motivos laborales. La revolución industrial impulsó el desarrollo del hotelaría y el arte culinario para satisfacer las necesidades de estos viajeros, dando lugar a un crecimiento turístico de tipo comercial con intercambio cultural.

A lo largo de la historia, el turismo gastronómico ha evolucionado, pasando de ser una simple necesidad de alimentación para los viajeros a convertirse en una experiencia cultural y social enriquecedora. Según, **OLIVEIRA, Simão** "*El turismo gastronómico es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos*"² en este sentido, el turismo gastronómico se ha convertido en una herramienta poderosa para el desarrollo local, generando beneficios económicos, sociales y culturales.

Colombia, gracias a su rica diversidad culinaria, es un destino ideal para el turismo gastronómico. Cada región ofrece al turista la posibilidad de disfrutar de platos típicos con ingredientes autóctonos y recetas tradicionales. Un ejemplo de ello es la región del Viejo Caldas y Quindío, reconocida por sus cafetales y el Paisaje Cafetero Cultural, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. El café, producto emblemático de la región, se ha convertido en un elemento clave de la gastronomía local, presente en diversas preparaciones, desde dulces hasta bebidas.

La gastronomía juega un papel fundamental en el desarrollo local, debido a que **Genera ingresos económicos:** La venta de alimentos y bebidas típicas a los turistas representa una fuente de ingresos importante para las comunidades locales.

² Oliveira, S. (2011). **La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal.** *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 20 n°3, P. 738-752, Revisado el: 07 de mayo del 2024, Disponible en: <https://acortar.link/ZVP2Rl>

- **Crea empleo:** El sector gastronómico genera una gran cantidad de empleos directos e indirectos, desde cocineros y meseros hasta agricultores y artesanos.
- **Promueve la cultura:** La gastronomía es una expresión cultural que permite conocer y entender las tradiciones y costumbres de un pueblo.
- **Fortalece la identidad local:** La gastronomía es un elemento clave de la identidad local, que contribuye a la cohesión social y al sentido de pertenencia.

En este contexto, la Gallina Tocaimuna, plato típico de Tocaima, se presenta como un caso de estudio ideal para analizar el potencial del turismo gastronómico como herramienta para el desarrollo local.

En la era actual del turismo experiencial, donde los viajeros buscan más que destinos pintorescos y monumentos históricos, la gastronomía ha emergido como un elemento fundamental para la atracción y satisfacción de los visitantes. Es más que una simple necesidad para saciar el apetito; se convierte en una ventana a la cultura local, una oportunidad para conectar con las tradiciones y la identidad de un lugar. La cocina no es solo una colección de recetas o técnicas culinarias; es un reflejo de la historia, las costumbres y las creencias de un pueblo. Cada plato típico, cada sabor distintivo, cada ingrediente autóctono narra una historia, transmite valores y revela la esencia de una comunidad. La gastronomía es un lenguaje universal que nos permite comprender la forma de vida de un lugar, sin necesidad de palabras. Los turistas modernos buscan experiencias auténticas, inmersiones en la cultura local que vayan más allá de los recorridos turísticos tradicionales. La gastronomía se convierte en el escenario perfecto para satisfacer esta demanda. Probar platos típicos, elaborados con ingredientes frescos y recetas tradicionales, permite al visitante sentir la esencia del lugar que visita, conectarse con su gente y crear recuerdos imborrables.

El municipio de Tocaima, Cundinamarca, se encuentra en una posición privilegiada para aprovechar el potencial de la gastronomía como motor del turismo. Su historia,

marcada por la presencia de culturas indígenas y la influencia española, ha dado lugar a una rica y diversa tradición culinaria. Platos como la gallina Tocaimuna, el tamal de Tocaima y el arequipe de Tocaima son solo algunos ejemplos de la riqueza gastronómica que este municipio tiene para ofrecer. Para aprovechar al máximo el potencial turístico de la gastronomía de Tocaima, es necesario realizar un estudio profundo que abarque diversos aspectos. Este proyecto investigativo se propone profundizar en el análisis de la importancia de la gastronomía en el sector turístico del municipio, principalmente en el plato típico de la gallina tocaimuna, identificando los elementos diferenciadores de su oferta culinaria y formulando estrategias para su promoción y difusión.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO TEÓRICO

El turismo gastronómico, como una ramificación del turismo cultural y patrimonial, se caracteriza por la existencia de diversos distintivos basados en la cultura culinaria de cada región, según **VELEZ, LUZ** “*Actualmente, la gastronomía se ha convertido en uno de los referentes culturales que perfilan las directrices del mundo contemporáneo*”³ aludiendo así el hecho de que, en la actualidad la cultura ancestral gastronómica se potencia con la contemporánea dando la oportunidad de sacar el máximo provecho al turismo culinario. En el caso de Colombia, la rica diversidad de fauna, flora y gastronomía, producto de la confluencia de culturas indígenas, colonizadoras (negra, europea y china), ha generado una identidad culinaria única con una amplia variedad de platos típicos en todas las regiones del país, esta idea la refuerza los autores, **CARRERA, JIMENEZ Y SANTANA**, en su “**PROPUESTA PARA DISEÑAR UNA RUTA TÍPICA GASTRONÓMICA COLOMBIANA EN LA LOCALIDAD DE LA CANDELARIA-BOGOTÁ**”, donde con gran acierto proponen que, “*La cocina colombiana típica se le empieza a conocer como una comida criolla; la cual deriva de las diferentes mezclas culturales*”⁴, lo cual denota el potencial gigantesco que posee la gastronomía Colombiana al tener raíces indígenas tan marcadas.

Ejemplos notables son el cui asado de Nariño (Pasto), el sancocho de gallina de Ginebra (Valle del Cauca), la gallina Tocaimuna (Tocaima), la bandeja paisa de Antioquia (Medellín), el viudo de capaz del Alto Magdalena (Girardot), la trucha de

³JIMÉNEZ, L. M. V. Del saber y el sabor. Un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. *Escritos*, 21(46), 171-200. 2003. Consultado el: 07 de mayo de 2024, Disponible en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/escritos/article/view/6647>

⁴ CARRERA ROMERO, A. T., JIMENEZ NEUTA, M. F., & SANTANA BOCANEGRA, N. (2019). Propuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La Candelaria-Bogotá, Pg. 38. Consultado el 07 de mayo de 2024. 2019. Disponible en: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/909>

Salento (Quindío) y el bocadillo veleño de Vélez (Santander). Estas emblemáticas tradiciones culinarias, enlazadas en la riqueza cultural del país, ejercen un fuerte atractivo turístico y contribuyen a la preservación de la tradición y la cocina autóctona; Un ejemplo destacado es la ciudad de Popayán, nombrada Ciudad de la Gastronomía por la UNESCO en 2005. El desarrollo culinario se posiciona como una fuente de desarrollo local, generando oportunidades para las comunidades en los ámbitos cultural, social y económico, en conformidad a los autores, **BRAVO, RICAURTE, MURILLO Y BELEMA**, en su publicación llamada “**GASTRONOMÍA Y TURISMO ELEMENTOS DINAMIZADORES DE LA ECONOMÍA, UNA PERSPECTIVA DESDE EL VISITANTE**”, redactan que, “*Los turistas interesados en la gastronomía, viajan con la motivación principal y / o secundaria de descubrir una cocina diferente, aprender más sobre ella, relajarse saboreando los platos típicos locales, buscando un enriquecimiento cultural, entre otros intereses contribuyendo considerablemente al mejoramiento de las economías locales en diversas y variadas formas vinculadas a la alimentación y la degustación*”⁵ aludiendo así a la importancia que ha tenido, tiene y tendrá la gastronomía como parte fundamental del movimiento económico de una región.

La gastronomía, en el caso del municipio de Tocaima, se convierte en un importante factor turístico por su tradición, como lo propone **FAGER, SAAVEDRA**, con lo siguiente “*En ese sentido una característica innata de la gastronomía tradicional es su transmisión de generación en generación, este saber es transferido entre familias de determinada cultura durante años*”⁶ expresando de esta manera la esencia que posee la gastronomía del municipio de Tocaima, viéndolo de esa manera la gastronomía bien direccionada puede ser un engranaje fundamental en una gran

⁵ BRAVO, E. F. O., RICAURTE, A. E. F., MURILLO, P. D. L. G., & BELEMA, L. A. (2019). Gastronomía y turismo elementos dinamizadores de la economía, una perspectiva desde el visitante. *Ciencia Digital*, 3(3), Pg. 308. Consultado el 07 de mayo de 2024, Disponible en: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.637>

⁶ FAGER SAAVEDRA, D. C. (2022). Puesta en valor de la gastronomía tradicional del municipio de Tocaima Cundinamarca para el desarrollo del turismo (Tesis Doctoral). Pg. 18. Consultado el 07 de mayo de 2024, Disponible en: <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12774>

maquina llamada turismo, que junto con su cultura, historia y ancestralidad pueden de hacer de Tocaima un destino turístico apetecido, mejorando y dinamizando la economía y por consecuencia la calidad de vida de sus habitantes.

5.2 MARCO LEGAL

Constitución política de Colombia, 1991

Ley 300 de 1996

Ley General Del Turismo. Indica que los establecimientos gastronómicos, vareas y similares de interés turístico son aquellos por su característica de oferta, calidad y servicio forman parte del producto turístico local, regional o nacional y deberán estar escritos en el registro nacional del turismo y propiedad horizontal donde se presten servicios de vivienda turística.

Artículo 62 de la ley 300 de 1996

Modificado por el artículo 45 del decreto de ley 2106 de 2019, dispone que los establecimientos de gastronomía y bares turísticos son prestadores de servicio. Y el ministerio de cultura, industria y turismo, determinará los establecimientos de gastronomía que tiene carácter de prestadores de servicios turísticos.

Ley 2068 del 2020

Nueva Ley Del Turismo, Y el decreto 1074 del 2015: Decreto único del ministerio de cultura industria y comercio debe tener la obtención del registro nacional del turismo lo cual contribuye a la formalización del sector, generación de confianza del turístico y el posicionamiento del país como destino turístico jalonado por la gastronomía.

Decreto 1074 de 2015.

Artículo. 2.2,4.1.4.2: Voluntariedad de los establecimientos de gastronomía y bares turísticos para todo el efecto legales, un establecimiento de gastronomía o bar

adquiera la condición de turístico cuando voluntariamente decide clasificarse como tal y se inscribe en el registro nacional de turismo. Una vez obtenido el registro deberá cumplir con todas las obligaciones que trae y así promocionar su oferta o producto como turístico.

Artículo 2.2.4.1.4.3: Modalidad de establecimientos de gastronomía y bares turísticos.

- Restaurante, establecimiento gastronómico que ofrece servicio a la mesa que generalmente cuenta con una carta o menú.
- Comidas callejeras se encuentran debidamente reglamentadas autorizadas por los gobiernos locales: alimentos y bebidas por comerciantes de puestos móviles en la vía en espacios públicos.
- Piqueteaderos establecimientos de venta de comida picada para compartir o centro de mesa que generalmente consisten en fritanga, chorizo, relleno, carne y amasijos entre otros.

Ley 1558 de 2012

Nueva Ley Del Turismo: Esta ley modifica el objeto e importancia y principios de la actividad turística, contribución parafiscal a la promoción del turismo; sobrevienes y muebles, con vocación turística.

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

Ley 2144 de 2021

Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a salvaguardar, fomentar y reconocer la gastronomía colombiana.

Artículo 7: Beneficios de sello gastronomía de Colombia serán:

- Una placa que identifica que el establecimiento de comercio ha obtenido sello de gastronomía colombiana.
- Pertener a una ruta turística de gastronomía colombiana.

Artículo 9: Fortalecimiento de la enseñanza de la gastronomía colombiana, los ministerios de cultura, comercio e industria y turismo, promocionar técnicas a la gastronomía colombiana tradicional en formación impartidas por el Sena para la preservación de las tradiciones gastronómicas.

Artículo 11: Ruta turística: las gastronomías colombianas serán diseñadas por el ministerio de cultura, comercio e industria.

Resolución 2674 de 2013

Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento preparación envase, almacenamiento, transporte distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permisos o registros sanitario de los alimentos, según el riesgo de salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Decreto 3075 de 199

El estado colombiano regula las buenas prácticas de manufactura (BPM) a través de la vacilación y el control del cumplimiento del decreto 3078 de 1997 el cual tiene como principal fin establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir los establecimientos, que se encuentra en la fabricación de alimentos hasta su comercialización con el objeto de proteger la vida y la salud de las personas.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

AUTENTICIDAD: calidad de ser auténtico o verdadero. En el ámbito turístico y gastronómico, la autenticidad se refiere a la experiencia que ofrece al visitante o comensal la posibilidad de conectar con la cultura y tradiciones locales de manera genuina.

ATRACTIVO GASTRONÓMICO: elemento culinario que despierta el interés de los turistas y los motiva a visitar un destino específico. Puede ser un plato típico, una técnica de preparación, un ingrediente autóctono o una experiencia gastronómica única.

BIODIVERSIDAD: variedad de formas de vida en un ecosistema determinado. En el contexto gastronómico, la biodiversidad se refiere a la riqueza de ingredientes, productos y sabores que ofrece un territorio, siendo un factor clave para la diferenciación culinaria.

CADENA DE VALOR TURÍSTICO: conjunto de actividades interrelacionadas que contribuyen a la creación y entrega de una experiencia turística completa. Incluye desde la producción de bienes y servicios hasta la comercialización y distribución de estos.

CAPITAL HUMANO: conjunto de conocimientos, habilidades, experiencias y valores que poseen los individuos y que son utilizados para la producción de bienes y servicios. En el sector turístico y gastronómico, el capital humano es fundamental para la calidad de la experiencia que se ofrece.

COCINA DE AUTOR: estilo culinario que se caracteriza por la creatividad e innovación del chef, quien imprime su sello personal a los platos. Este tipo de cocina suele estar presente en restaurantes de alta gama.

COMENSAL: persona que consume alimentos en un restaurante u otro establecimiento gastronómico.

COMERCIO ELECTRÓNICO: uso de tecnologías digitales para la compra y venta de bienes y servicios. En el ámbito turístico y gastronómico, el comercio electrónico permite la reserva de servicios, la compra de productos locales y la promoción de destinos.

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: capacidad de un destino turístico para atraer visitantes y generar ingresos en comparación con otros destinos. Se basa en factores como la calidad de la oferta, la infraestructura, la accesibilidad y la promoción.

DESARROLLO SOSTENIBLE: enfoque de desarrollo que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En el turismo y la gastronomía, el desarrollo sostenible implica minimizar el impacto ambiental y social de la actividad.

DESTINO TURÍSTICO: lugar al que los turistas viajan con fines de ocio, negocios o cualquier otro motivo. Puede ser una ciudad, una región, un país o incluso un sitio específico como un parque natural o un monumento histórico.

DIFERENCIACIÓN TURÍSTICA: estrategia para distinguir un destino turístico de sus competidores, destacando sus características únicas y atractivas. Se basa en factores como la cultura, la gastronomía, la naturaleza o la historia.

ECOTURISMO: modalidad de turismo que busca minimizar el impacto ambiental de la actividad y promover la conservación de los recursos naturales. Se centra en la observación de la flora y fauna, el senderismo, el camping y otras actividades en contacto con la naturaleza.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA: conjunto de sensaciones y emociones que experimenta un comensal al consumir alimentos. Incluye aspectos como el sabor, el aroma, la textura, la presentación y el ambiente del restaurante.

FESTIVAL GASTRONÓMICO: evento cultural que celebra la gastronomía de una región o localidad específica. Incluye degustaciones, demostraciones culinarias, concursos y otras actividades relacionadas con la comida.

FIESTA GASTRONÓMICA: celebración popular que gira en torno a la comida y bebida. Suele incluir música, baile, juegos tradicionales y la degustación de platos típicos.

GASTRONOMÍA MOLECULAR: disciplina que combina la ciencia con la cocina para explorar nuevos sabores, texturas y experiencias culinarias. Utiliza técnicas científicas como la gelificación, la esterificación y la amplificación para crear platos innovadores.

GUÍA TURÍSTICO: persona que acompaña a los turistas en sus visitas a un destino específico, proporcionándoles información sobre la cultura, la historia, los atractivos y las actividades que pueden realizar.

HERENCIA CULINARIA: conjunto de tradiciones, técnicas y recetas que se han transmitido de generación en generación en una región o cultura específica. La herencia culinaria es un elemento fundamental de la identidad cultural de un pueblo.

INDUSTRIA TURÍSTICA: conjunto de empresas y organizaciones que participan en la producción y venta de bienes y servicios relacionados con el turismo. Incluye hoteles, restaurantes, agencias de viajes, aerolíneas y otros proveedores.

INNOVACIÓN CULINARIA: creación de nuevos platos, técnicas de preparación o conceptos gastronómicos que aportan valor y diferenciación a la oferta culinaria. La innovación es un factor clave para el éxito en el sector gastronómico.

LEYENDA CULINARIA: historia o tradición popular que se cuenta sobre un plato, un ingrediente o una técnica culinaria específica. Las leyendas culinarias suelen agregar un toque de misticismo o fantasía a la gastronomía local.

LIBRO DE COCINA: recopilación de recetas y técnicas culinarias, generalmente organizada por tipo de plato, ingrediente o región. Los libros de cocina son una herramienta valiosa para los cocineros aficionados y profesionales.

MARCA TURÍSTICA: identidad visual y conjunto de valores que representan a un destino turístico específico. La marca turística sirve para diferenciarse de la competencia y atraer visitantes.

MARKETING EXPERIENCIAL: estrategia de marketing que busca crear experiencias memorables para los consumidores, conectando con sus emociones y valores. En el ámbito turístico y gastronómico, el marketing experiencial se utiliza para crear experiencias gastronómicas únicas e inolvidables.

MERCADO TURÍSTICO: conjunto de personas que demandan productos y servicios turísticos. Se segmenta según diversos criterios como la edad, el sexo, el nivel de ingresos, los intereses y el estilo de viaje.

NARRACIÓN GASTRONÓMICA: técnica que utiliza el storytelling para contar historias sobre la comida, los ingredientes, las tradiciones culinarias y las experiencias gastronómicas. La narración gastronómica es una herramienta poderosa para conectar con los comensales y transmitir el valor de la gastronomía local.

PRODUCTO TURÍSTICO: conjunto de bienes y servicios que se ofrecen a los turistas para satisfacer sus necesidades y expectativas. Incluye alojamiento, transporte, actividades, gastronomía y otros servicios complementarios.

OFERTA GASTRONÓMICA: conjunto de platos, bebidas y servicios que ofrece un restaurante u otro establecimiento gastronómico. La oferta gastronómica debe estar alineada con las expectativas del público objetivo y los objetivos del negocio.

PATRIMONIO GASTRONÓMICO: conjunto de tradiciones, técnicas, recetas y productos culinarios que representan la identidad cultural de una región o país. El patrimonio gastronómico es un activo cultural valioso que debe ser protegido y valorizado.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA: proceso de toma de decisiones para el desarrollo y gestión de destinos turísticos. Incluye la definición de objetivos, estrategias y acciones para lograr un turismo sostenible y competitivo.

PROMOCIÓN TURÍSTICA: conjunto de actividades que se realizan para dar a conocer un destino turístico y atraer visitantes. Incluye publicidad, relaciones públicas, participación en ferias turísticas y otras acciones de marketing.

CALIDAD TURÍSTICA: nivel de excelencia de los productos y servicios turísticos que se ofrecen a los visitantes. La calidad turística es un factor clave para la satisfacción de los turistas y la competitividad de los destinos.

RUTA GASTRONÓMICA: recorrido turístico diseñado para que los visitantes puedan conocer y degustar la gastronomía de un destino específico. Las rutas gastronómicas suelen incluir visitas a restaurantes, mercados, productores locales y otros puntos de interés culinario.

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: enfoque de desarrollo turístico que busca minimizar el impacto ambiental y social de la actividad, satisfaciendo las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

SOUVENIR GASTRONÓMICO: producto alimenticio o bebida típica de un destino turístico que se compra como recuerdo de la visita. Los souvenirs gastronómicos son una forma de llevarse a casa un pedazo de la cultura y la tradición local.

TURISMO CULTURAL: modalidad de turismo que se centra en la experiencia de la cultura, la historia y las tradiciones de un destino específico. Incluye visitas a museos, sitios arqueológicos, monumentos históricos y otros lugares de interés cultural.

TURISMO GASTRONÓMICO: modalidad de turismo que se centra en la experiencia de la gastronomía de un destino específico. Incluye degustaciones de platos típicos, visitas a restaurantes, mercados y productores locales, y participación en eventos gastronómicos.

VALOR CULTURAL: importancia que se le atribuye a un elemento cultural por su significado, simbolismo y contribución a la identidad de una comunidad. La gastronomía es un elemento cultural con un alto valor que debe ser preservado y transmitido a las nuevas generaciones.

POTENCIALIDAD: experiencia sensorial y emocional que vive un turista durante su visita a un destino. La potencialidad es un factor clave para la satisfacción del turista y la creación de recuerdos memorables.

5.4 MARCO GEOGRÁFICO

Tocaima, municipio colombiano del departamento de Cundinamarca, ubicado en la provincia del alto magdalena, en el suroeste del departamento de Cundinamarca. Está situada en la parte media de la Región Andina, margen izquierdo de la cordillera Oriental y durante 30 km. pertenece a la subregión natural central del valle cálido del Alto Magdalena; se encuentra a una altura sobre nivel del mar de 287 metros de altitud de la parte baja de Pubesza y a los 1.568 metros de altitud en el Alto de Trigo, extremo norte de Copo. Se encuentra a 113 km al sur este de Bogotá. Tiene una superficie de 246 km², con una temperatura media anual de 27 C. Denomina “ciudad salud de Colombia” debido a las propiedades terapéuticas de sus aguas y pozos azufrados.

En Tocaima proviene del antiguo guerrero Tocaima, que era adorado por los hombres de la tribu Panche, debido a su valentía y hazañas bélicas.

Límites:

- Al Nordeste con Jerusalén.
- Al Norte con Apulo
- Oeste con Nariño
- Este con Nilo
- Sur este con Girardot
- Sur con Ricaurte
- Sur este con Agua de Dios.

CUNDINAMARCA, COLOMBIA

Figura 1. Mapa de Cundinamarca en Colombia,



Fuente: <https://acortar.link/fNUa34>

REGIÓN A LA QUE PERTENECE TOCAIMA, CUNDINAMARCA

Figura 2. Mapa De Cundinamarca.



Fuente: <https://fr-academic.com/dic.nsf/frwiki/2147778>

6. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación se enmarca en un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas para analizar en profundidad la identidad cultural gastronómica del municipio de Tocaima y específicamente de la Gallina Tocaimuna, se recopilarán datos históricos y testimonios de los portadores del saber culinario, a fin de comprender la evolución de las tradiciones gastronómicas a través de las generaciones.

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se llevará a cabo mediante el análisis de información con un enfoque descriptivo que recopila datos históricos, de los saberes de los ancestros y como se fueron cultivando a través del tiempo, hasta crear la identidad cultural gastronómica del municipio.

6.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se recopilarán datos de entrevistas, consultas, puntos de información turísticos (PIT), entre otros. También se consultará a los actores principales, los cuales son lo/as vendedor de gastronomía típico del municipio de Tocaima, en el contexto donde se comercializan este plato típico tocaimuno, con una difusión de marketing digital (redes sociales) con publicidad (pancartas y afiches informativos).

Se pretende realizar una observación en 4 piqueteaderos del municipio de Tocaima, donde se conocerán la historias, ingredientes y procedimiento de la creación de los platos típicos de la Región, dándole un enfoque especial a la Gallina Tocaimuna

mediante un método experimental donde por medio de video y entrevistas, daríamos un análisis detallado y exhaustivo de este plato típico.

6.2.1 Revisión Documental

- Investigar los antecedentes históricos del plato, incluyendo su origen, evolución y tradiciones asociadas.
- Recopilar información sobre las técnicas de preparación tradicionales y las variaciones regionales del plato.
- Identificar los ingredientes clave y su importancia cultural y gastronómica.
- Analizar el papel de la gallina tocaimuna como atracción turística para el municipio de Tocaima y la región.
- Estudiar las estrategias de promoción turística que se han utilizado para impulsar el consumo del plato.
- Evaluar el impacto económico de la gallina tocaimuna en el sector turístico local.
- Explorar el significado cultural de la gallina tocaimuna para la comunidad local.
- Analizar el papel de la gallina tocaimuna en la identidad cultural del municipio y la región.

6.2.2. Encuestas

Las encuestas se harán por medio de formatos que se agregarán en “**Anexos**”, estas estarán dirigidas hacia dos grupos de población, las cuales son, los actores involucrados directamente en la preparación del plato y los consumidores y habitantes del municipio y la región.

7. RECURSOS

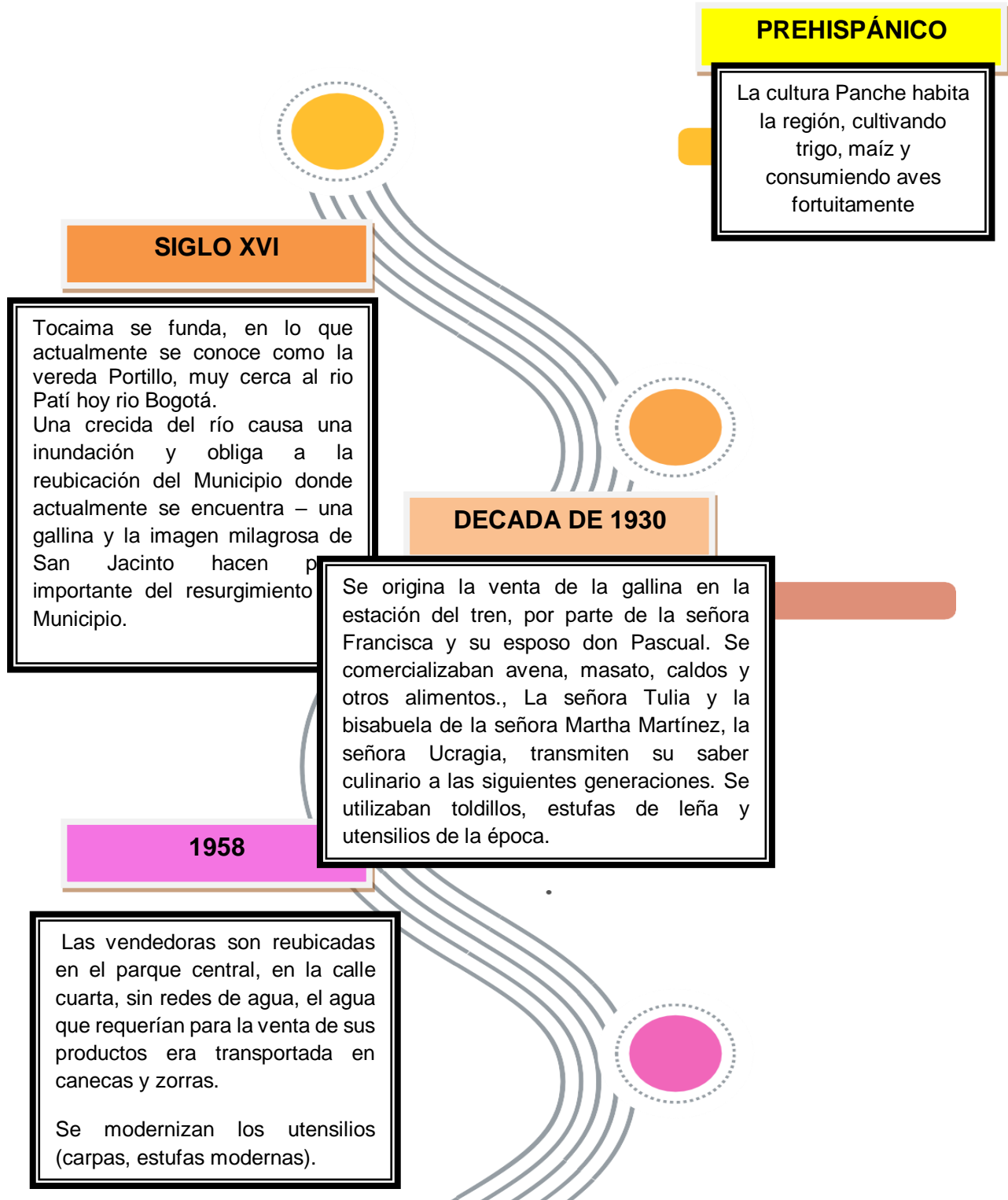
Los recursos principalmente estarán dados por la necesidad de desplazamiento y viáticos para hacer trabajo de campo en el territorio de Tocaima partiendo de la ciudad de Girardot.

Tabla 1. Recursos necesarios para trabajo de campo

Recurso	Descripción	Cantidad	Valor	Total
<i>PASAJES</i>	Pasajes de bus para dos investigadores	3 días	\$20.000 COP	\$60.000 COP
<i>ALIMENTACIÓN</i>	Alimentación para dos investigadores	3 días	\$40.000 COP	\$120.000 COP
<i>TOTAL</i>				\$180.000 COP

8. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

8.1 LÍNEA DE TIEMPO DE LA GALLINA TOCAIMUNA



1974

(Jiménez teresa, 18. marzo de 2024.).
La madre de la señora María Teresa Jiménez comienza a preparar y vender la gallina en el parque. Se instauran las vendedoras pioneras y otras que se suman a la venta de la Gallina

2008-2009

(Jiménez, Teresa 18 marzo de 2024,)Debido a una acción de tutela por congestión vehicular y la invasión del espacio público, las vendedoras son notificadas de su desalojo del parque principal en un plazo de 9 años.

Se crea una mesa de concertación entre las vendedoras de gallina, la personería y la policía.

Se establece un plazo de 13 años para desalojarlas del parque central

2010-2019

Se gestiona la reubicación de las vendedoras, buscando predios alrededor del parque o junto a la iglesia San Jacinto. No se concreta la reubicación por altos costos. Las vendedoras son reubicadas e en la plaza de mercado donde se construyen puestos de venta adecuados con redes de agua y como resultado de esta nueva organización, sus ventas se incrementan.

2019-ACTUALIDAD

(Martínez, Martha,18 de marzo de 2024,). Las vendedoras son trasladadas de la plaza de mercado hacia la zanja de las águilas, por remodelación. Se establecen en locales arrendados.

Actualmente se terminó la remodelación de la plaza, pero los vendedores de Gallina, prefieren quedarse en la zanja de las águilas en locales arrendados o de su

Dentro de la rica tradición gastronómica de Tocaima, destaca la figura de María Teresa Jiménez, una mujer que ha dedicado su vida a preservar y transmitir el saber culinario de la Gallina Tocaimuna. Su pasión por la cocina, su autenticidad y su esfuerzo constante la han convertido en un emblema de la gastronomía local, reconocida a nivel nacional e internacional.

Trayectoria:

- **Portadora del saber gastronómico:** María Teresa Jiménez ha sido fiel guardiana del legado culinario de la Gallina Tocaimuna, heredado de su madre y transmitido a las siguientes generaciones. Su profundo conocimiento de la receta tradicional y su compromiso con la calidad la han posicionado como una referente indiscutible en la elaboración de este plato típico.
- **Reconocimientos:** Su talento culinario ha sido reconocido en numerosos certámenes gastronómicos a nivel nacional y regional. Su participación en ferias como las de Bogotá, Girardot, Villavicencio, Fusagasugá y Tocaima le ha permitido dar a conocer la Gallina Tocaimuna a un público más amplio, posicionándola como un atractivo gastronómico de gran valor.
- **Legado familiar:** María Teresa Jiménez ha sabido transmitir su pasión por la cocina a sus hijos y nietos, asegurando la continuidad de este legado culinario. Su compromiso con la enseñanza y la formación de las nuevas generaciones garantiza la preservación de la receta tradicional y la identidad gastronómica de Tocaima.
- **Promoción del turismo:** Su restaurante se ha convertido en un punto de referencia para el turismo local, nacional e internacional. Su atención personalizada, la calidad de sus platos y la autenticidad de la experiencia gastronómica que ofrece atraen a visitantes de todas partes del mundo, contribuyendo a la promoción del municipio como destino turístico.

MARÍA TERESA JIMÉNEZ representa la esencia de la Gallina Tocaimuna: autenticidad, tradición, esfuerzo y pasión por la cocina. Su trayectoria como portadora de este legado culinario, sus logros en certámenes gastronómicos, su compromiso con la transmisión del saber a las nuevas generaciones y su papel como promotora del turismo la convierten en una figura emblemática de la cultura gastronómica de Tocaima. Su legado es un testimonio de la riqueza y diversidad culinaria de Colombia, un tesoro que debe ser preservado y compartido con las generaciones futuras.

8.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

En la era digital actual, la presencia online se ha convertido en una herramienta indispensable para el éxito de cualquier negocio, y el sector gastronómico no es una excepción. La Gallina Tocaimuna, como plato típico con un gran potencial turístico, debe aprovechar las estrategias de marketing digital para promocionarse a nivel regional y posicionarse como un atractivo culinario irresistible.

¿Por qué es necesario el marketing digital para la Gallina Tocaimuna?

- **Alcance global:** El marketing digital permite llegar a una audiencia mucho más amplia que las estrategias tradicionales, cruzando fronteras geográficas y conectando con potenciales clientes en todo el mundo.
- **Segmentación precisa:** Las herramientas digitales permiten dirigir los mensajes a públicos específicos con intereses y características definidas, optimizando el retorno de la inversión.
- **Interacción directa:** El marketing digital facilita la comunicación bidireccional con los clientes, permitiendo responder a sus preguntas, recibir comentarios y crear una comunidad en torno a la Gallina Tocaimuna.

- **Costos accesibles:** En comparación con las estrategias tradicionales de marketing, el marketing digital ofrece opciones más accesibles y flexibles para adaptarse a diferentes presupuestos.
- **Medición de resultados:** Las herramientas digitales permiten medir de forma precisa el impacto de las campañas de marketing, generando información valiosa para tomar decisiones estratégicas.

Estrategias de marketing digital para la Gallina Tocaimuna:

1. Página web:

- Crear una página web atractiva y fácil de navegar, que presente la historia, la preparación y las características únicas de la Gallina Tocaimuna.
- Integrar un blog con contenido relevante sobre la gastronomía regional, recetas tradicionales y eventos culinarios en Tocaima.

2. Redes sociales:

- Crear perfiles activos en las principales redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter.
- Compartir contenido atractivo e informativo sobre la Gallina Tocaimuna, incluyendo recetas, fotos, videos y testimonios de clientes.
- Interactuar con los seguidores, responder a sus comentarios y preguntas, y crear una comunidad en torno a este plato típico.

El marketing digital es una herramienta esencial para promocionar la Gallina Tocaimuna a nivel regional y posicionarla como un potenciador del turismo en Tocaima. Al implementar estrategias efectivas en plataformas como páginas web, redes sociales, marketing de contenidos y colaboraciones, se puede llegar a una audiencia más amplia, generar interacción, aumentar la visibilidad y convertir a los potenciales clientes en consumidores satisfechos que regresarán por más. En un

mundo cada vez más conectado, el marketing digital es la llave para abrir las puertas al éxito y consolidar la Gallina Tocaimuna como un ícono culinario de Tocaima.

Se pretende por medio de este trabajo crear una difusión en las redes sociales como Facebook, Instagram y página web, su motivo principal es acrecentar consumidores y ampliar la oferta y la demanda (de la gallina tocaimuna). Estos medios informáticos como el Facebook permiten crear contactos para que los clientes puedan acceder y adquirir su compra y tener toda la información pertinente del producto gastronómico.

Esto se desarrolla en cuatro posturas:

- **¿EL CÓMO?**
- **¿EL A QUIEN?**
- **¿PARA QUÉ?**
- **¿EL PORQUÉ?**

¿CÓMO?

Con la creación de una página web y Facebook donde se presenta el plato típico, sus componentes, información, localización y un eslogan representativo.

¿A QUIÉN?

A los clientes, (turistas regionales, nacionales y extranjeros) esto genera una integración entre el comercializador, las vendedoras/es y los clientes.

¿PARA QUÉ?

Par acrecentar la venta a mayor escala, tener un mayor acercamiento al usuario a los negocios y diseñar estrategias para que el producto se masifique exponiendo su calidad, sus componentes sabores y saberes, esto se refleja en el siguiente esquema:

¿POR QUÉ?

Se quiere potencializar el posicionamiento de la gallina de Tocaima y todos los niveles regional, nacional, etc. Para que tenga mayor éxito

- Promocionando su calidad.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Comprende estrategias de venta.
- Genera beneficios para los vendedores/as.

Con el objetivo de ampliar el alcance y promover el turismo en torno a la Gallina Tocaimuna, se ha desarrollado una página web informativa con un enfoque interactivo. Esta plataforma digital servirá como punto de referencia para los visitantes interesados en conocer la historia, la preparación y las características únicas de este plato típico, así como la riqueza cultural y natural del municipio de Tocaima.

Se usaron las siguientes características para la creación de la misma:

- La página web contará con un diseño moderno y atractivo, utilizando una paleta de colores que refleje la identidad cultural de Tocaima.
- Se implementará un diseño responsivo que se adapte a diferentes dispositivos, garantizando una experiencia óptima para los usuarios que accedan desde computadoras, tabletas o teléfonos inteligentes.
- La página web ofrecerá información sobre la Gallina Tocaimuna
- Se incluirá una sección dedicada a las curiosidades de este plato típico.
- Se presentará una galería de imágenes de alta calidad.
- Se creará un espacio para que los usuarios compartan sus experiencias y opiniones sobre la Gallina Tocaimuna, generando una comunidad en torno a este plato típico.

Figura 4. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna



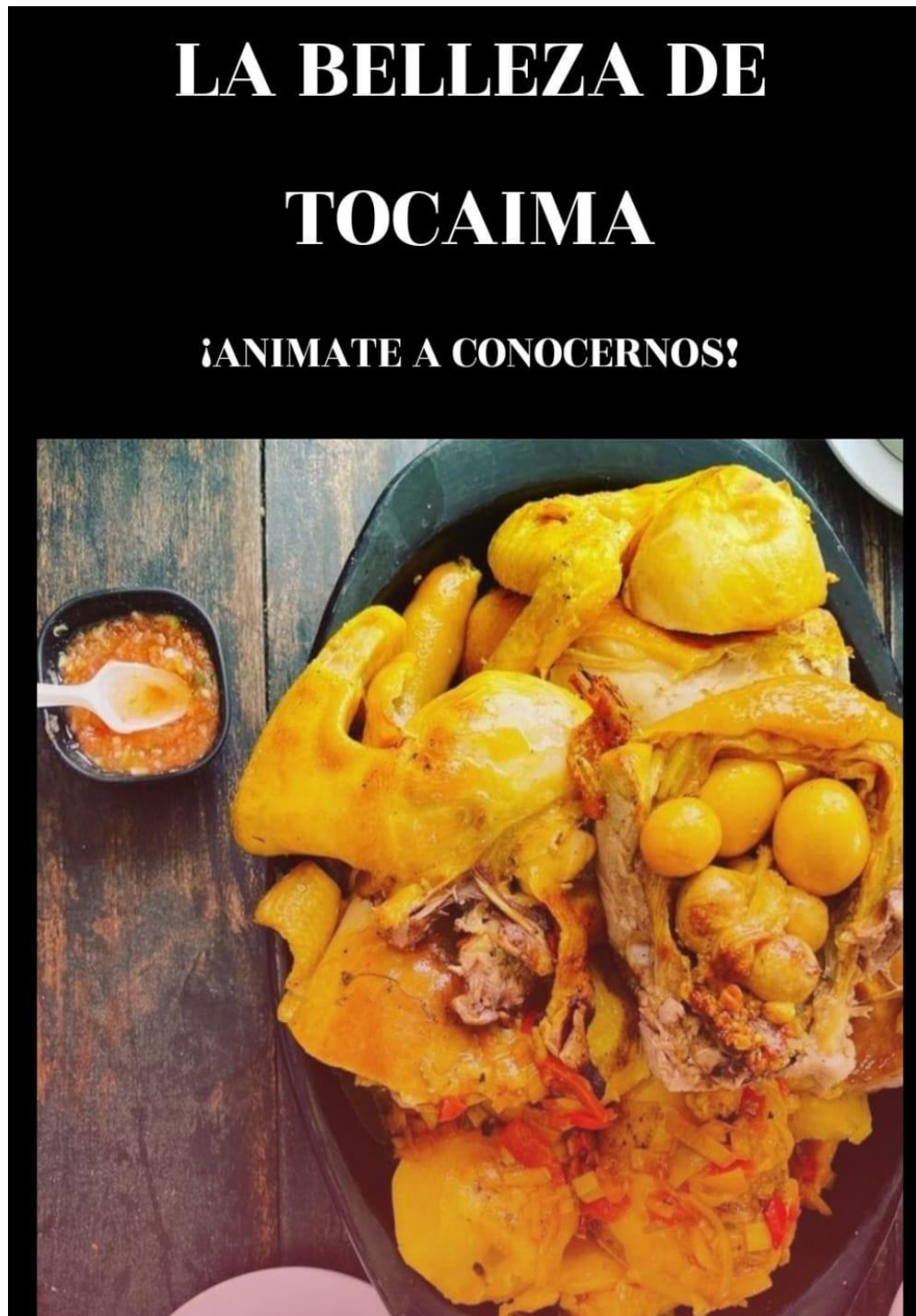
Fuente. Tomado de <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>

Figura 5. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna



Fuente. Tomado de <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>

Figura 6. Página web informativa sobre la gallina tocaimuna



Fuente. Tomado de <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>

Figura 7. Página Web Informativa Sobre La Gallina Tocaimuna



Un dato curioso sobre la Gallina Tocaimuna

Recordando la cultura indígena

Fuente. Tomado de <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>

La Gallina Tocaimuna, como plato típico con un gran potencial turístico, se debe aprovechar el poder de Facebook para llegar a una audiencia más amplia y posicionarse como un atractivo culinario irresistible, por esta razón se dispuso la

creación de una página de Facebook informativa sobre la gallina tocaimuna. Se usaron las siguientes características para la creación de esta:

- Crear una página de Facebook con un nombre atractivo y fácil de recordar.
- Diseñar una imagen de perfil y una imagen de portada que representen la esencia de la Gallina Tocaímuna y la cultura de Tocaíma.
- Publicar contenido atractivo y relevante de forma regular, incluyendo fotos, videos, recetas, curiosidades y noticias relacionadas con la Gallina Tocaímuna y Tocaíma.
- Utilizar un lenguaje claro y conciso, adaptado al público objetivo de la página.
- Responder a los comentarios y mensajes de los seguidores de manera oportuna y amable.
- Invitar a los seguidores a compartir sus experiencias y opiniones sobre la Gallina Tocaímuna.

Una página de Facebook bien gestionada puede convertirse en una herramienta poderosa para promocionar la Gallina Tocaímuna y atraer visitantes a Tocaíma. Al implementar una estrategia efectiva que incluya la creación de contenido atractivo, la interacción con los seguidores, la publicidad segmentada y el análisis constante, se puede lograr un impacto significativo en el turismo local y consolidar la Gallina Tocaímuna como un ícono culinario de Tocaíma.

Figura 8. Página de facebook informativa sobre la gallina tocaimuna



**Gallina
tocaimuna**

La Gallina Tocaimuna
0 Me gusta · 1 seguidor

"La Gallina Tocaimuna, el mejor sabor para tu paladar" 🐔
🍴 | ¡Plato Típico de Tocaima!

Siguiendo Mensaje

Publicaciones Información Fotos Menciones

Detalles

- 📄 **Página** · Producto/servicio
- 🔗 gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna
- ★ Aún sin calificación (0 opiniones)

Fuente. Tomado de: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559088868482&mibextid=ZbWKwL>

Figura 9. Página de Facebook informativa sobre la gallina tocaimuna



Fuente. Tomado

de: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559088868482&mibextid=ZbWKwL>

8.3 RECETA ESTANDAR

GALLINA TOCAIMUNA					
NOMBRE : GALLINA TOCAIMUNA				RECETA N F001	
CARACTERISTICAS DE CALIDAD :				PAX 10	
INGREDIENTES	CANT.	UNIDA	COSTC	COSTO	OBSERVACIONES
Gallina Grande	3000	gr	10	30.000	Tocaimuna
Papa Pastusa	500	GRS	4,2	2.100	
Yuca Armenia	500	GRS	4,2	2.100	
cebolla	500	grs	4	2.000	
aji	100	GRS	5	500	
sal	100	GRS	0,7	70	
ajo	300	GRS	6,5	1.950	
Cilantro	500	grs	5	2.500	
Color Amarillo	60	grs	10	600	
Comino molido	60	cc	6,9	414	
tomate	500	grs	2,6	1.300	
Platano Verde	500	grs	4,2	2.100	
Pimienta	60	grs	5	300	
Aceite Girasol	200	ml	8,5	1.700	
				0	
TOTAL COSTO				47.634	
10% MARGEN				4.763	
TOTAL COSTO REAL				52.397	
TOTAL COSTO PORCION				5.240	
TOTAL VENTA PORCION 40% COSTO				13.099	
PARA 10 PAX				130.994	

CRITERIOS		ESCAMARIO 2 SIN MARGEN		escenario 3 SIN MARGEN		ESCAMARIO 4 CON MARGEN		
Escenario No.1 40% ideal								
MP	40	32.000	40	47.634	60	48.000	40	47634
MO	20	16.000	20	23.817	10	8.000	20	26198
CF	20	16.000	20	23.817	10	8.000	20	26198
UTILIDAD	20	16.000	20	23.817	20	16.000	20	26198
VENTA	100	80.000	100	119.085	100	80.000	100	126228
MP		32.000		47.634		47.634		47.634
Margen		4.763		4.763		4.763		4.763
Total costo		36.763		52.397		52.397		52.397
VENTA 40%		91.908		130099		87.328		130993
PORCION		9.191		13009		8.733		13099

Nota; los negocios informnales no tienen en cuenta la carga de la mano de obra y la carga fabril (gastos directos e indirectos a la materia prima) es decir costos operacionales. Por ello solamente relacionan el valor de la materia prima y no mas.

Figura 10. gallina tocaimuna

PREPARACION					
Preparación • Alistamiento e higiene previa de utensilios, equipos y materia prima. • Se lava la gallina. Se les retiran los gordos que servirán para el guiso. • Se adoban con sal. • En 6 litros de agua se cocina la gallina, se aromatizan con cilantro, rabos de cebolla, comino, pimienta y ajos. Se dejan cocinar durante 2 horas. • Aparte se cocina la papa, la yuca y el plátano por aproximadamente 35 minutos.					
Para la salsa • En la grasa extraída cuidadosamente de la gordana de la gallina, se pone a sofreír la cebolla larga cortada en pequeños bastones desfibrados y a fuego medio. • Se agrega ajo picado y color para que quede amarillo tenue. Se agrega caldo de la cocción de la gallina y se cocina por 10 minutos más, aproximadamente					
resentación del plato La gallina se sirve despresada en una bandeja, acompañada de papa y yuca. Se adiciona la salsa, la cual se distribuye por encima de la gallina y los vegetales cocidos. Esta preparación la acompañan una sopa de arroz con menudo y con limonada de panela					

9. CONCLUSIONES

En conclusión, este trabajo ha profundizado en el análisis y la comprensión del plato típico del municipio de Tocaima, revelando no solo su importancia gastronómica, sino también su relevancia cultural, histórica y social dentro de la comunidad local. A través de la investigación realizada, se ha demostrado que este plato no es simplemente una receta culinaria, sino un símbolo arraigado en la identidad colectiva de sus habitantes.

Durante el desarrollo de este estudio, se ha puesto de manifiesto que la Gallina Tocaimuna es mucho más que una combinación de ingredientes; es una manifestación intangible de la historia, las tradiciones y los valores de la comunidad. A lo largo de las generaciones, esta receta ha sido transmitida de padres a hijos, preservando no solo su sabor único, sino también las historias y experiencias que la acompañan.

Asimismo, se logró concluir que este plato típico desempeña un papel crucial en la promoción del turismo local y en la creación de identidad cultural. La celebración de festivales gastronómicos y la inclusión del plato en menús de restaurantes son ejemplos de cómo se promueve y se preserva esta tradición culinaria, atrayendo a visitantes y generando un sentido de orgullo entre los residentes.

Sin embargo, a pesar de su importancia cultural y económica, La Gallina Tocaimuna enfrenta desafíos en cuanto a su preservación y promoción. La estandarización de recetas, la pérdida de prácticas culinarias tradicionales y la competencia con platos extranjeros son algunas de las amenazas que podrían poner en riesgo su autenticidad y relevancia en el futuro.

Por lo tanto, es fundamental que se tomen medidas para proteger y promover este patrimonio gastronómico. Se sugiere la implementación de programas educativos,

la creación de rutas gastronómicas y el apoyo a productores locales como estrategias para salvaguardar la receta del plato típico y mantener viva su tradición.

En resumen, el plato típico del municipio de Tocaima es mucho más que una delicia culinaria; es un símbolo de identidad, un motor económico y un legado cultural que merece ser protegido y celebrado. A través del compromiso y la colaboración de la comunidad, podemos asegurar que esta tradición gastronómica perdure para las futuras generaciones, enriqueciendo el patrimonio cultural de la región.

10. RECOMENDACIONES

1. Programas de educación y sensibilización: Se recomienda implementar programas educativos en escuelas locales y centros comunitarios para promover el conocimiento y la apreciación del plato típico de Tocaima. Estos programas podrían incluir clases de cocina, charlas sobre la historia y la importancia cultural del plato, así como visitas guiadas a lugares relacionados con su producción y consumo.
2. Registro y documentación: Es fundamental realizar un registro exhaustivo del plato típico de Tocaima, incluyendo sus ingredientes, técnicas de preparación, variantes regionales y su papel en festividades y eventos culturales. Esta documentación servirá como base para futuras investigaciones y como referencia para la preservación de la receta original.
3. Promoción turística: Se sugiere desarrollar estrategias de promoción turística que destaquen el plato típico de Tocaima como un atractivo gastronómico único. Esto podría incluir la creación de rutas gastronómicas, la participación en ferias y festivales culinarios regionales, y la promoción en medios de comunicación y plataformas digitales.
4. Apoyo a productores locales: Es fundamental brindar apoyo a los productores locales de los ingredientes clave del plato típico de Tocaima, como agricultores y ganaderos. Esto podría incluir capacitación técnica donde se de a conocer la importancia de los insumos, con el fin de tener un precio acomedido, para el comerciante de este plato.
5. Investigación continua: Se insta a seguir investigando sobre el plato típico de Tocaima, profundizando en su historia, evolución y su significado en la cultura local. Esta investigación puede contribuir a fortalecer su identidad

gastronómica y a generar conocimiento que beneficie tanto a la comunidad local como a investigadores y estudiosos del campo culinario.

11. BIBLIOGRAFIA

CARRERA ROMERO, A. T., JIMÉNEZ NEUTA, M. F., & SANTANA BOCANEGRA, N. Propuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La Candelaria-Bogotá, 2019. Pg. 38. Disponible en <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/909>

CISNEROS, H. F., BARRERA, M. L., & QUINTERO-SALAZAR, B. La gastronomía tradicional del norte del Estado de México. El caso de Acambay. 2014. Cuadernos Interculturales 1(22), 13-34. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/552/55232244002.pdf>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (1996). Ley 300. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634

DIAN. Departamento Administrativo Nacional de Impuestos y Aduanas. 2022. Artículo 512-13. Obtenido de <https://leyes.co/index.htm>

LA GALLINA TOCAIMUNA. Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559088868482&mibextid=ZbWKwL> ,

FAGER SAAVEDRA, D. C. Puesta en valor de la gastronomía tradicional del municipio de Tocaima Cundinamarca para el desarrollo del turismo (Tesis Doctoral). 2022. Pg. 18. Disponible en <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12774>

GALLINA TOCAIMUNA: <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>,

ALCALDIA DE TOCAIMA. Caracterización del Municipio de Tocaima. Tomado de: https://issuu.com/contactenostocaimacundinamarca/docs/31583_plan-de-desarrollo--futuro-en-marcha-2020202/s/11458531

JIMÉNEZ, L. M. V. Del saber y el sabor. Un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. Escritos, 21(46), 171-200. 2013. Tomado de: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/escritos/article/view/6647>

OLIVEIRA, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. Estudios y perspectivas en turismo, Vol. 20 n°3, P. 7

ORDOÑEZ BRAVO, E.F, FIERRO RICAURTE, A.E, GALLEGOS MURILLO, P. del L., & AUQUILLA BELEMA, L. 2019. Gastronomía y turismo elementos dinamizadores de la economía, una perspectiva desde el visitante. Ciencia Digital, 3 (3), 306-323. Tomado de. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.637>

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN CULTURAL (SINIC). 2022. Gastronomía colombiana. Tomado de: <https://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=05&COLTEM=214>

12. ANEXOS

Anexo 1. Formato 1, Entrevista Teresa Jiménez

Entrevista a María Teresa Jiménez

María Teresa Jiménez Fue visitada, en su lugar de vivienda y de comercio, en la Cra. 15 # 2-05, Tocaima, por lo que fue entrevistada.

La entrevista tuvo el siguiente desarrollo:

¿Cuáles han sido sus participaciones en concursos Gastronómicos?

- (Jiménez María Teresa, marzo 18 de 2024,). Comencé en la feria de chía en el año 2017 después participe en una muestra gastronómica en un están en conferías de Bogotá y en Villavicencio donde represente a Cundinamarca.



Fuente: María Teresa Jiménez

¿Cómo fueron sus inicios en la comercialización de la gallina?

- Mi inicio se da en el parque principal de Tocaima en la carrera octava con calle cuarta, con el propósito de buscar el sustento para mi familia con la venta de avena y se da inicio al negocio de la gallina.

¿Por qué es necesario mantener este saber cultural inmaterial?

- Porque es nuestra identidad y nuestro recurso de vida.

¿Cuál ha sido su mayor reconocimiento en su participación de ferias y eventos gastronómicos?

- Es cuando ocupe el segundo puesto en la feria gastronómica en conferencias en Bogotá en el año 2019

#Tocaima debe visitar

En el municipio de #Tocaima, en la #ProvinciaDelAltoMagdalena, el olor y exquisito sabor de la auténtica gallina de campo se disfruta a plenitud, no en vano ocupó el segundo puesto en #SaboresDeMiTierra, en la categoría de plato fuerte de la pasada feria Ex... [Seguir leyendo](#)



Fuente: María Teresa Jiménez

Fuente: María Teresa Jiménez



Fuente: María Teresa Jiménez



Fuente: Propia (Rommel Fabián)

Anexo 2. Formato 2 entrevista a Martha Martínez - Piqueteadero la Negrita

Entrevista a Martha Martínez

La señora Martha heredo este arte culinario de su abuela paterna que vendían en los comienzos caldos y avenas en el parque central de Tocaima por lapso de 50 años desde 1958 – 2008 pasando en un segundo momento a la plaza de mercado de la carrera 9 con calle 12 por un tiempo de 8 años hasta el año 2016 y en un último momento ubicándose en el sector llamado la zanja de las águilas que funciona hasta la actualidad.

¿Señora María cuales son los intereses de los turistas para adquirir la gallina criolla?

- Que les gusta mucho el sabor de la gallina y la atención que nosotros le brindamos

¿Cuál es su secreto culinario que la hace autentica?

- Añadirles amor a mis preparaciones y querer cada día más mi trabajo

¿Cómo pretende preservar este saber gastronómico?

- Incentivar a mis hermanos este saber para continuar con la línea generacional



Fuente: Propia (Rommel Fabián)



Fuente: Propia (Santiago Cano)

Anexo 3. Formato 3, Entrevista A Leidy Hernández

En la calle tercera con calle novena se ubica el piqueteadero doña Rocita.

(Hernández leidy marzo 19 ,2024) Bisnieta de la señora Ucragia Hernández señora que fue de las fundadoras de la comercialización de la gallina en los de 1940 en el antigua estación del ferrocarril que después pasaría a su abuela la señora Rosa María Hernández que constituyo su negocio en la plaza de mercado en el año de 2008 posteriormente a su madre la señora Ana Belén Hernández que siguió con el legado de venta y se establece en el sector de la zanja de las águilas donde se radica actualmente y cuyo negocio lo administra su hija Leidy Hernández.

¿Cuáles han sido sus reconocimientos señora Leidy como portadora de este saber gastronómico?

- Fui participante de la feria bulevar gastronómico en la ciudad de Tocaima ocupando un están de muestras de mis productos

¿Por qué los turistas gustan tanto este producto culinario?

- Por su calidad y sabor único, que no tiene dureza en su cocción

¿Cómo preservar esta receta?

- Tener un buen servició a las personas y preservar el saber

¿Qué estrategias utiliza para difundir este producto?

- Por medio de publicidad, por volantes y perifoneo

¿cuáles son los días de mayor venta de la gallina?

- Los fines de semana y días feriados



Fuente: Propia (Santiago Cano)



Fuente: Propia (Santiago Cano)

Anexo 4. Formato 4, Entrevista A La Señora Blanca Nieves Zamora

En el sector de la zanja de las águilas se encuentra ubicado el piqueteadero Ubaté

Más reconocido como, el piqueteadero de los gemelos lo adquirió su mamá la señora Blanca Nieves por una amiga que le vendió el negocio a la señora Blanca Nieves en el año 2007 en el sector de la zanja de las águilas en la carrera 10 N 2-85 hasta el tiempo actual

¿Por qué cree que es tan valorado y reconocido este saber?

- Por el sabor y la tradición del pueblo

¿Qué difusión de marketing hace para generar mayores ventas?

- Por medio de volantes, domicilios dentro y fuera del pueblo por Facebook y Instagram

¿Cómo preservar este saber?

- Seguir de generación en generación

¿Desde cuándo se posiciona la gallina de Tocaima?

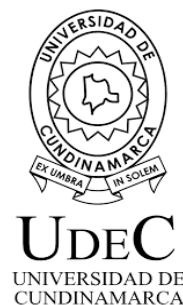
- Desde hace 85 años



Fuente: Propia (Santiago Cano)

Anexo 5. Tabulación de Encuestas

LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANALISIS COMO ATRACTIVO GASTRONOMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA



Formato 5 – Encuesta

Esta encuesta tiene como objetivo conocer las preferencias y hábitos de consumo de la Gallina Tocaimuna entre los residentes y visitantes del municipio de Tocaima. La información obtenida será utilizada para fortalecer la promoción de este plato típico como atractivo gastronómico del municipio.

1) Indica a que categoría de edad pertenece.

a) 15 años o menos

b) 15 años-22 años

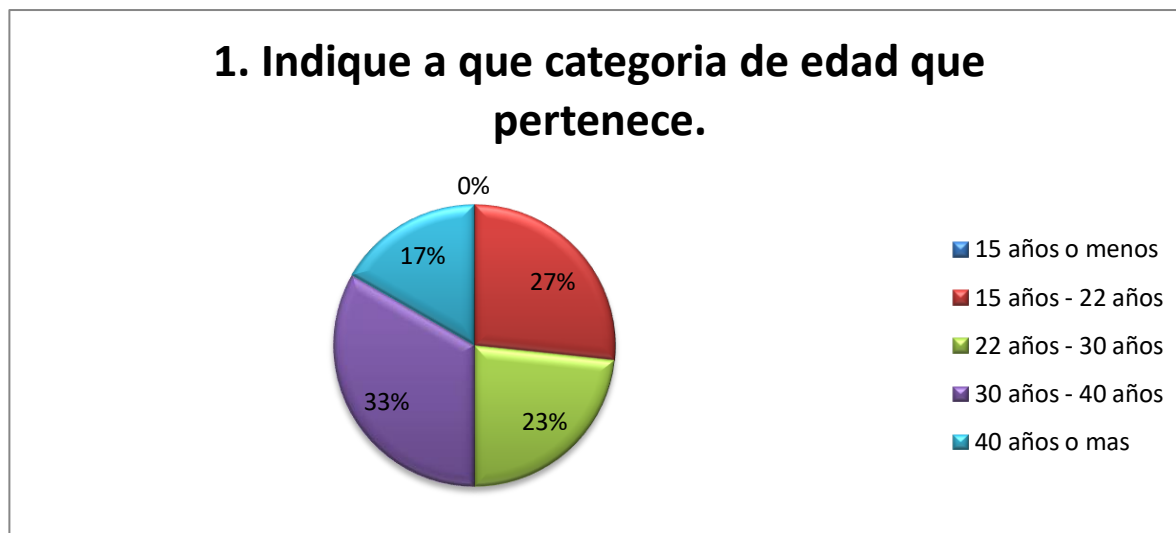
c) 22 años-30 años

d) 30 años-40 años

e) 40 años o más

LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANALISIS COMO ATRACTIVO GASTRONOMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA

Grafica 1.



Fuente investigadora

El 100% de los encuestados fueron mayores de 15 años, porcentaje repartido de la siguiente manera: 33% fueron de 30 a 40 años, 27 % fueron mayores de 15 a 22 años, 23 % fue de 22 a 30 años y por último el 17 % que equivale a las personas mayores de 40 años

1. Indique a que categoria de edad perteneces	Columna1
15 años o menos	0
15 años - 22 años	8
22 años - 30 años	7
30 años - 40 años	10
40 años o mas	5
TOTAL GENERAL	30

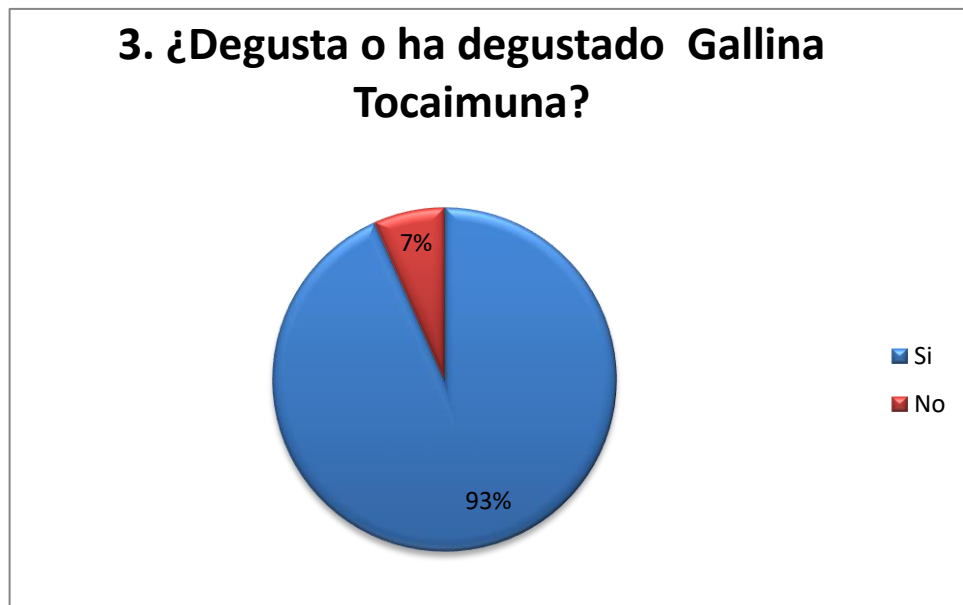
Fuente investigadora

3) ¿Degustas o has degustado Gallina Tocaimuna?

a) Sí

b) No

Grafica 3:



Fuente investigadora

El 93% de los encuestados, han consumido Gallina Tocaimuna, el otro 7% no han consumido Gallina Tocaimuna.

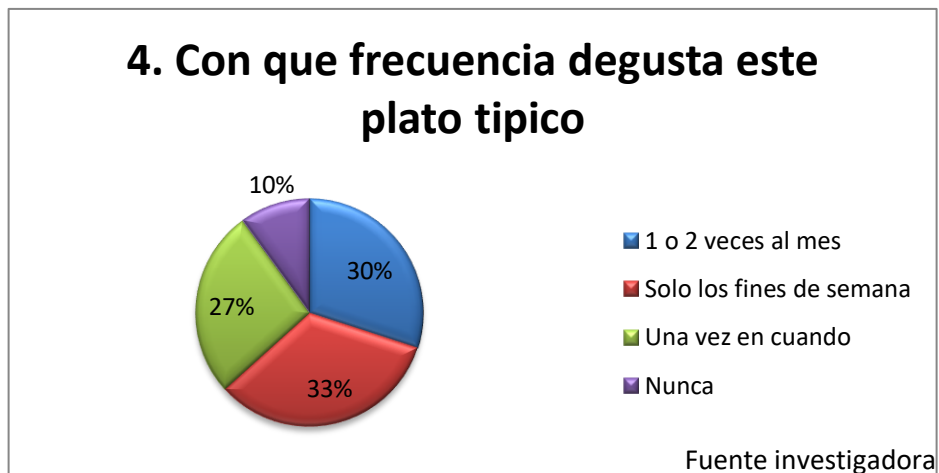
3. ¿Degustas o has degustado Gallina Tocaimuna?		Columna2
Si		28
No		2
Total General		30

Fuente investigadora

4) ¿Con que frecuencias degusta este plato típico?

- a) 1 o 2 veces al mes b) Solo los fines de semana
c) Una vez en cuando d) Nunca

Grafica 4:



El 63% se divide: 33% que son personas que consumen Gallina solo los fines de semana, el 30% son aquellas personas que son más frecuentes consumiendo Gallina, pero el 27% de las personas encuetadas, es muy poco el consumo de la Gallina, por último, el 10% de las personas que no consumen Gallina actualmente.

4. Con que frecuencia degusta este plato tipico	
	Columna1
1 o 2 veces al mes	9
solo los fines de semana	10
una vez en cuando	8
nunca	3
Total General	30

Fuente investigadora

5) ¿Tiene una hora fija de degustación que sigues?

a) Sí

b) No

Grafica 5:



El 80% de las personas tienen una hora fija para consumir la Gallina, el 20% no tiene alguna hora fija de consumo.

5. ¿Tiene una hora fija de degustación para este plato?	
Si	24
No	6
Total General	30

Fuente investigadora

6) ¿Se siente identificado con la Gallina Tocaimuna como plato típico del municipio?

a) Sí

b) No

Grafica 6:



Fuente investigadora

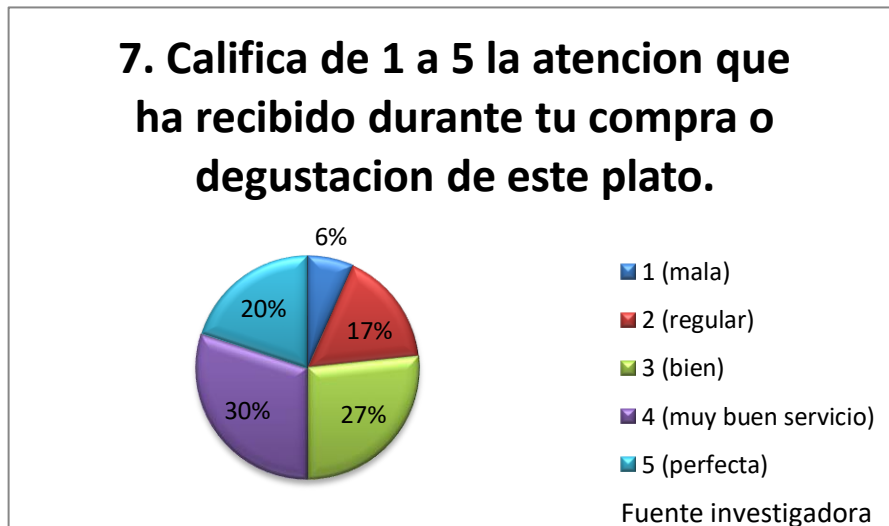
El 83% se siente identificado con la Gallina Tocaimuna como su plato típico, el 17% no se siente identificado con la Gallina Tocaimuna como su plato típico.

6. ¿Se siente identificado con la Gallina Tocaimuna como plato tipico del municipio?		Columna1
Si		25
No		5
TOTAL GENERAL		30
Fuente investigadora		

7) Califica de 1 a 5 la atención que has recibido durante tu compra o degustación de este plato.

- a) 1 (mala) b) 2 (regular) c) 3 (bien)
 d) 4 (muy buen servicio) e) 5 (perfecta)

Grafica 7:



Las personas encuestadas calificaron el servicio que han recibido durante la compra de una Gallina, donde: el 6% califico con mala la atención recibida, 17% califico con regular el servicio, el 27% califico que recibieron un servicio bien o normal, el 30% de las personas encuetadas califico con un muy buen servicio la atención recibida y el 20% califico con un perfecto servicio.

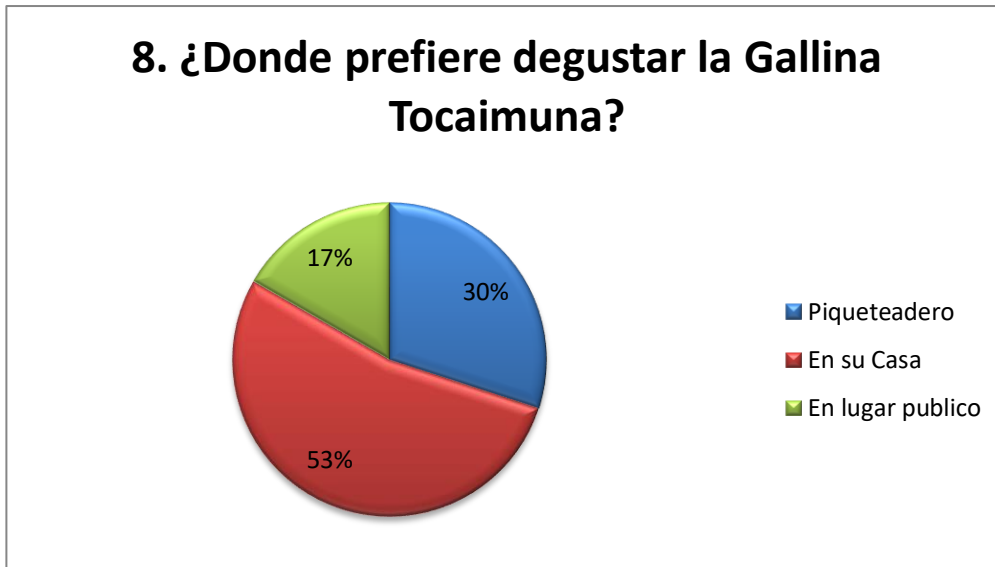
7. Califica de 1 a 5 la atención que ha recibido durante tu compra o degustación de este plato.	
	Columna1
1 (mala)	2
2 (regular)	5
3(bien)	8
4 (muy buen servicio)	9
5 (perfecta)	6
Total General	30

Fuente investigadora

8) ¿Dónde prefiere degustar la Gallina Tocaimuna?

- a) Piqueteadero b) En su casa c) En lugar público

Grafica 8:



Fuente investigadora

El 30% de las personas, prefieren comer la Gallina Tocaimuna en los piqueteaderos o lugares de comercio de este plato, el 53% prefieren ir a sus hogares para consumir este plato típico y el 17% de las personas prefieren consumir en lugares públicos.

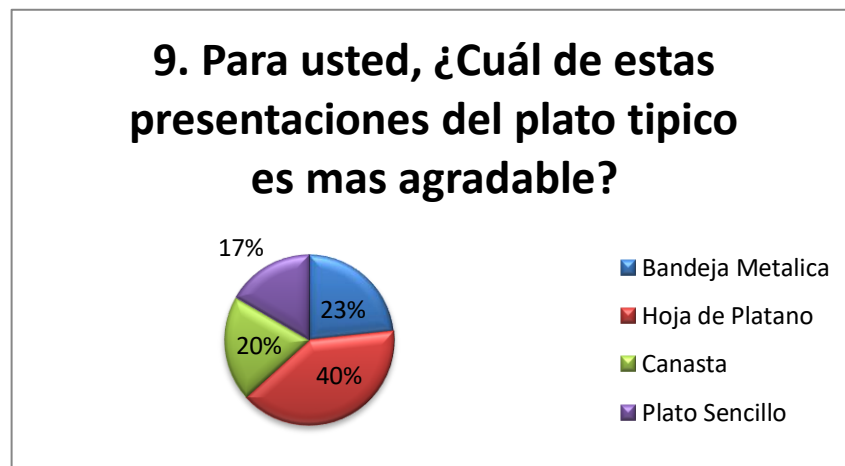
8. ¿Donde prefiere degustar la Gallina Tocaimuna?	
Piqueteadero	9
En su Casa	16
En lugar publico	5
Total General	30

Fuente investigadora

9.) Para usted, ¿Cuál de estas presentaciones de plato típico es más agradable?

- a.) Bandeja Metálica b.) Hoja de plátano c.) Canasta d.)
Plato sencillo e.) La variedad

Grafica 9:



Fuente investigadora

El 23% de los encuetados prefieren el consumir la Gallina en una bandeja metálica, como se ha venido consumiendo, el 40% de las personas prefieren el consumo en hojas de plátano, donde se siente más tradicional, el 20% prefieren un consumo en una canasta cestera, por la reunión de dos identidades del pueblo en una sola presentación y el 17% prefieren la presentación en un plato sencillo.

9. Para ti, ¿Cuál de estas presentaciones del plato típico te gusta mas?	Columna1
Bandeja Metalica	7
Hoja de Platano	12
Canasta	6
Plato Sencillo	5
TOTAL GENERAL	30

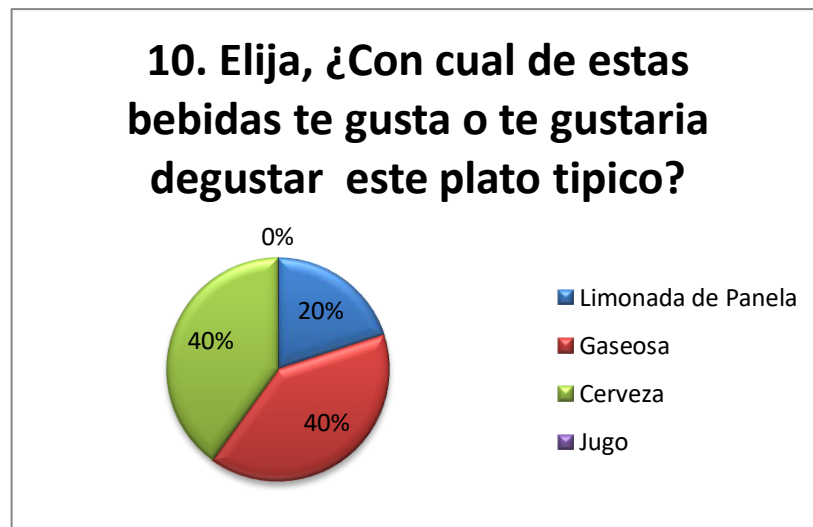
Fuente investigadora

10.) Elija, ¿Cuál de estas bebidas te gusta o te gustaría degustar con este platillo típico?

a.) Limonada de Panela b.) Gaseosa

c.) Cerveza d.) Jugo

Grafica 10



Fuente investigadora

El 20% de los encuestados prefieren, como acompañante una limonada de panela, el 40% consumen la Gallina con gaseosa y el 40% desea acompañarla con cerveza.

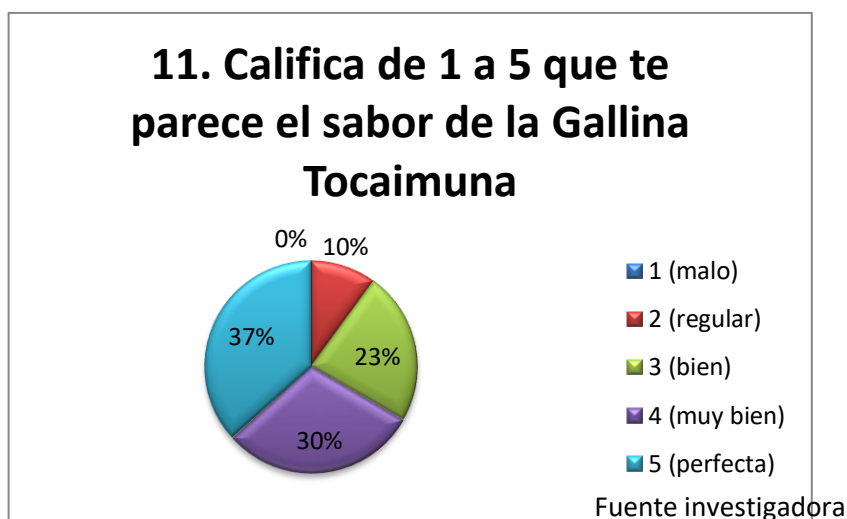
10. Elija, ¿Con cual de estas bebidas te gusta o te gustaria degustar este plato tipico?	
	Columna1
Limonada de panela	6
Gaseosa	12
Cerveza	12
Jugo	0
Total General	30

Fuente investigadora

11.) Califica de 1 a 5 que te parece el sabor de la Gallina Tocaimuna

- a.) 1 (Malo) b.) 2 (Regular) c.) 3 (Bien)
- d.) 4 (Muy bien) e.) 5 (Perfecto)

Grafica 11:



El 10% de los encuestados califican el sabor de la Gallina Tocaimuna con un regular, el 23% con un bien o normal, el 30% califica con un muy bien de sabor, el 37% de los encuestados calificaron con un perfecto el sabor de la Gallina.

11. Califica de 1 a 5 que te parece el sabor de la Gallina Tocaimuna	Columna1
1 (malo)	0
2 (regular)	3
3 (bien)	7
4 (muy bien)	9
5 (perfecta)	11
TOTAL GENERAL	30

Fuente investigadora

12.) ¿Cree usted, que es un plato con una dificultad alta en su preparación?

a.) Si

b.) No

Grafica 12:



El 93% de los encuestados creen que la preparación de este plato típico es muy trabajosa, el 7% creen que no tiene tanto trabajo.

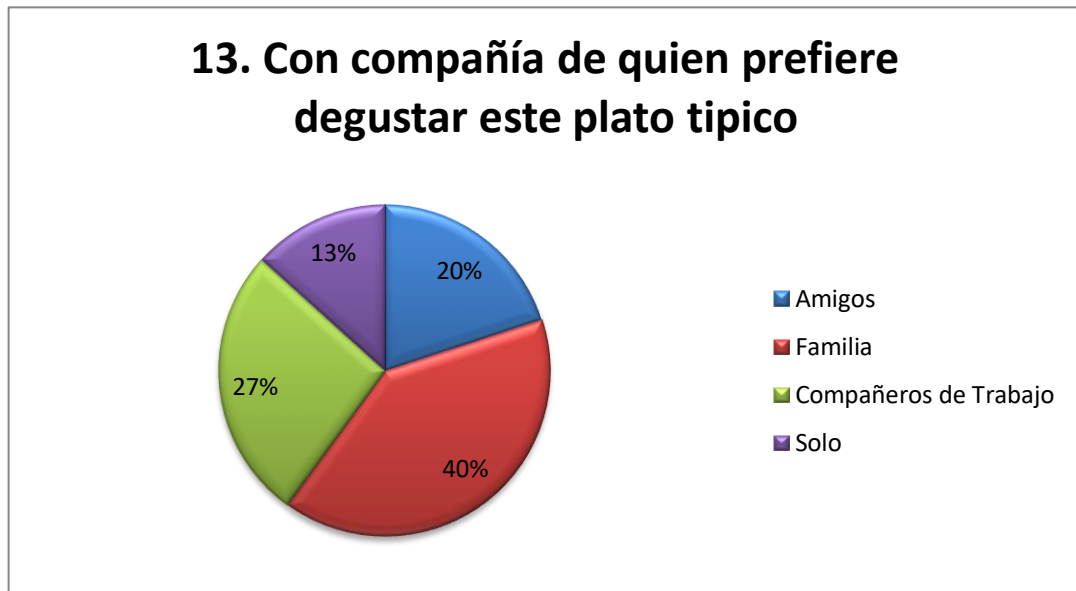
12. ¿Cree usted, que es un plato con una dificultad alta en su preparación?		Columna1
Si		28
No		2
Total General		30

Fuente investigadora

13.) ¿Con compañía de quien prefiere degustar este plato típico?

- a.) Amigos b.) Familia c.) Compañeros de trabajo d.) Solo

Grafica 13:



Fuente investigadora

El 20% de los encuestados prefieren un consumo acompañado de sus amigos, el 40% prefieren de familiares, el 23% prefieren estar con sus compañeros de trabajo y el 13% de las personas encuetadas prefieren consumir solas.

13. Con compañía de quien prefiere degustar este plato tipico		Columna1
Amigos		6
Familia		12
Compañeros de Trabajo		8
Solo		4
Total General		30

Fuente investigadora

14.) ¿Qué es lo que más le gusta, cuando acude a un establecimiento donde sirven este tipo de platos?

- a.) El sabor de la comida b.) La atención
 c.) La decoración del local d.) El ambiente,

Grafica 14



El 23% de las personas encuestadas, prefieren el sabor de la comida, el 44% prefieren una buena atención al ingresar a un establecimiento de platos típicos, el 13% les atrae mucha más el tema decorativo del establecimiento, el 3% les gusta el ambiente que se da en estos establecimientos y el 17% prefieren una variedad de productos típicos.

14. ¿Qué es lo que mas le gusta cuando acude a un establecimiento donde sirven este plato tipo de c		Columna1
El Sabor de la Comida		7
La Atencion		13
La Decoracion del Local		4
El Ambiente		1
La Variedad		5
TOTAL GENERAL		30

Fuente investigadora

CONCLUSIONES DEL ANALISIS DE LA ENCUESTA

Para profundizar en el análisis de la Gallina Tocaimuna, se realizó una encuesta dirigida a los habitantes del municipio, dividiéndolos en dos grupos:

- **Grupo 1:** Mayores de 30 años (50% de los encuestados), considerados como depositarios de la memoria colectiva y experiencia culinaria del municipio.
- **Grupo 2:** Menores de 30 años (50% de los encuestados), representantes de la juventud y sus perspectivas sobre el plato típico.

Objetivos:

- Comprender las percepciones y hábitos de consumo de la Gallina Tocaimuna en ambos grupos.
- Identificar las fortalezas y debilidades del plato en términos de su posicionamiento como identidad gastronómica del municipio.
- Proponer estrategias para fortalecer la promoción y preservación de la Gallina Tocaimuna.

Resultados:

Percepción del plato típico:

- **Grupo 1:** Mayor identificación con la Gallina Tocaimuna como símbolo culinario del municipio, asociándola a momentos y tradiciones significativas.
- **Grupo 2:** Menor identificación, con algunos participantes cuestionando su relevancia como plato emblemático.

Hábitos de consumo:

- **Ambos grupos:** Consumo ocasional, principalmente en piqueteaderos y restaurantes locales.

- **Grupo 1:** Mayor frecuencia de consumo, especialmente en fechas especiales o celebraciones.
- **Grupo 2:** Mayor apertura a probar nuevas propuestas culinarias, incluyendo variaciones de la Gallina Tocaimuna.

Posicionamiento del plato:

- **Grupo 1:** Consideran que la Gallina Tocaimuna requiere mayor visibilidad y promoción para fortalecer su posicionamiento como plato típico.
- **Grupo 2:** Sugieren estrategias de difusión a través de redes sociales y plataformas digitales para llegar a las nuevas generaciones.

Fortalezas:

- Sabor único y tradición culinaria arraigada en la historia del municipio.
- Potencial como atractivo gastronómico para turistas y visitantes.
- Importancia cultural y simbólica para la identidad local.

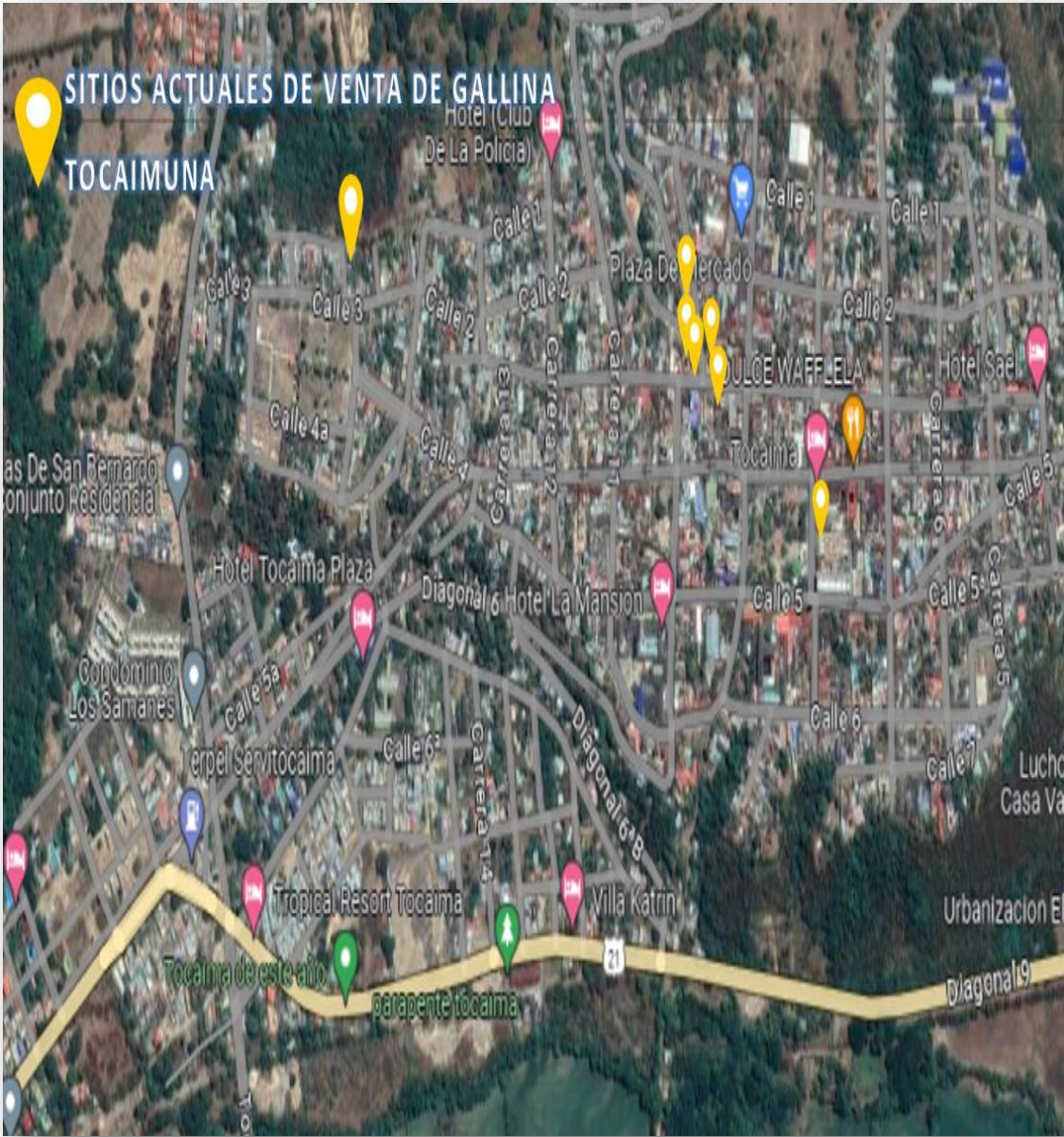
Debilidades:

- Falta de promoción y difusión efectiva del plato, especialmente entre las nuevas generaciones.
- Necesidad de mejorar la experiencia de consumo en piqueteaderos y restaurantes.
- Ausencia de propuestas innovadoras y creativas que adapten la Gallina Tocaimuna a las tendencias actuales.

El posicionamiento de la Gallina Tocaimuna como plato típico del municipio requiere un esfuerzo conjunto por parte de las autoridades locales, los empresarios gastronómicos y la comunidad en general. Se deben implementar estrategias integrales que combinen la preservación de la tradición culinaria con la innovación y la adaptación a las preferencias de las nuevas generaciones.

La Gallina Tocaimuna constituye un valioso patrimonio cultural y gastronómico del municipio. Su preservación y promoción efectiva dependen de la implementación de estrategias integrales que involucren a todos los actores de la comunidad. Al unir tradición e innovación, la Gallina Tocaimuna puede consolidarse como un símbolo de identidad local y un atractivo gastronómico de gran relevancia.

Anexo 5. Sitios de Venta de Gallina Tocaimuna



	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 9

Código de la dependencia.

FECHA	martes, 18 de junio de 2024
--------------	-----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
------------------------	--------------------

TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Tecnología en Gestión Turística y Hotelera
---------------------------	---

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
GONZALES GARCÍA	ROMMEL FABIÁN	79.945.544
CANO CARO	SANTIAGO	1.001.345.394

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
RICAURTE OTAVO	ÁNGELA MARÍA

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 9

TÍTULO DEL DOCUMENTO

LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANÁLISIS COMO ATRACTIVO GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA

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 EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
24/02/2024	78

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. analisis plato típico de Tocaima	Analysis of typical Tocaima dish
2. receta estándar	standard recipe
3. puesta en valor	put in value
4. atractivo gastronómico	gastronomic attraction
5. estrategias de marketing	marketing strategies
6. enfoque mixto Combinando Técnicas Cualitativas y Cuantitativa	mixed approach Combining Qualitative and Quantitative Techniques

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

CARRERA ROMERO, A. T., JIMÉNEZ NEUTA, M. F., & SANTANA BOCANEGRA, N. Propuesta para diseñar una ruta típica gastronómica colombiana en la localidad de La Candelaria-Bogotá, 2019. Pg. 38. Disponible en <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/909>

	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 9

CISNEROS, H. F., BARRERA, M. L., & QUINTERO-SALAZAR, B. La gastronomía tradicional del norte del Estado de México. El caso de Acambay. 2014. Cuadernos Interculturales 1(22), 13-34. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/552/55232244002.pdf>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (1996). Ley 300. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634


DIAN. Departamento Administrativo Nacional de Impuestos y Aduanas. 2022. Artículo 512-13. Obtenido de <https://leyes.co/index.htm>

LA GALLINA TOCAIMUNA. Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559088868482&mibextid=ZbWKwL> ,

FAGER SAAVEDRA, D. C. Puesta en valor de la gastronomía tradicional del municipio de Tocaima Cundinamarca para el desarrollo del turismo (Tesis Doctoral). 2022. Pg. 18. Disponible en <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12774>

GALLINA TOCAIMUNA: <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>,

ALCALDIA DE TOCAIMA. Caracterización del Municipio de Tocaima. Tomado de: https://issuu.com/contactenostocaimacundinamarca/docs/31583_plan-de-desarrollo--futuro-en-marcha-2020202/s/11458531


	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 9

JIMÉNEZ, L. M. V. Del saber y el sabor. Un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. Escritos, 21(46), 171-200. 2013. Tomado de: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/escritos/article/view/6647>

OLIVEIRA, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. Estudios y perspectivas en turismo, Vol. 20 n°3, P. 7

ORDOÑEZ BRAVO, E.F, FIERRO RICAURTE, A.E, GALLEGOS MURILLO, P. del L., & AUQUILLA BELEMA, L. 2019. Gastronomía y turismo elementos dinamizadores de la economía, una perspectiva desde el visitante. Ciencia Digital, 3 (3), 306-323. Tomado de. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.637>

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN CULTURAL (SINIC). 2022. Gastronomía colombiana. Tomado de: <https://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=05&COLTEM=214>

	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 9

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Tocaima, municipio de colombiano del departamento de Cundinamarca, pertenece a la subregión del alto Magdalena denominada “ciudad salud de Colombia” debido a sus propiedades terapéuticas de sus aguas y posos azufrados.

La presente investigación se adentra en un análisis profundo del plato típico la gallina tocaimuna donde abarca su cultura culinaria su valor intrínseco, posicionándolo como un atractivo turístico Gastronómico a nivel regional y nacional.

Más allá de su valor Gastronómico, se resalta su dimensión cultural que envuelve la gallina Tocaimuna como patrimonio inmaterial su tradición como herramienta fundamental para el desarrollo turístico.

A partir de estos hallazgos, se desarrollan objetivos en este trabajo para la promoción y difusión de la gallina de tocaima como potencial atractivo turístico y diferenciado esta investigación se enmarca en un enfoque mixto combinando técnicas cualitativas y cuantitativos con un contexto descriptivo con datos históricos que involucran a las portadoras del saber culinario por medio de entrevistas semiestructuradas donde nos narran la línea de tiempo su historia y sus técnicas culinarias propias sus saberes transmitidos de generación en generación y su importancia como identidad patrimonial. Esto conlleva a un impacto económico a una promoción turística que genera empleos directos e indirectos que benefician a la región y que deben preservarse estos saberes para un reconocimiento en el turismo a nivel global.

Tocaima, municipality of Colombia, belongs to the subregion of high Magdalena, called the Health City of Colombia due to the therapeutic properties of its waters and sulfur wells. This research delves into an in-depth analysis of the typical dish the tocaimuna hen. where it encompasses its culinary culture, its intrinsic value, positioning it as a gastronomic tourist attraction at a regional and national level. Beyond its gastronomic value, its cultural dimension is highlighted, involving the Tocaimuna hen as intangible heritage. its tradition as a fundamental tool for tourism development. From these findings, objectives are developed in this work for the promotion and dissemination of the Tocaimuna hen. As a potential and differentiated tourist attraction, this research is framed in a mixed approach combining qualitative and quantitative techniques with a descriptive context with historical data that involves the bearers of culinary knowledge through semi-structured interviews where they tell us the timeline, their history and techniques. own culinary traditions, their knowledge transmitted from generation to generation and their importance as a heritage identity. This leads to an economic impact on tourism promotion that generates direct and indirect jobs that benefit the region and this knowledge must be preserved for recognition in tourism at a global level.

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

 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: 6 de 9

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	
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

	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 9

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 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 ___ NOX.


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

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
		PÁGINA: 8 de 9

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. 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.

	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 9



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.la gallina tocaimuna, un análisis como atractivo gastronómico en el municipio de Tocaima	Texto, imágenes
2.	
3.	
4.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
GONZÁLEZ GARCÍA ROMMEL FABIÁN	
CANON CARO SANTIAGO	

21.1-51-20



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA



LA GALLINA TOCAIMUNA, UN ANÁLISIS COMO ATRACTIVO GASTRONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE TOCAIMA

ROMMEL FABIÁN GONZÁLEZ

Código 392221206

SANTIAGO CANO CARO

Código 3922220206

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se adentra en un análisis de la Gallina Tocaimuna, símbolo de identidad del municipio de Tocaima.

Donde se dimensiona los aspectos culturales, llevando esta investigación a lugares de comercio y entrevistando a las pioneras de esta cultura gastronómica.





FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué potencial tiene la gallina Tocaimuna como elemento diferenciador en la oferta Turística del municipio?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar una puesta en valor de la Gallina Tocaimuna como atractivo gastronómico en el municipio de Tocaima.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una línea de tiempo de la gallina tocaimuna en el municipio de Tocaima, con el fin de conocer su posicionamiento como atractivo gastronómico.
- Diseñar estrategias de marketing para promocionar la gallina tocaimuna a nivel regional.
- Realizar la receta estándar de la gallina tocaimuna como plato típico principal del municipio.

JUSTIFICACIÓN

El turismo gastronómico, caracterizado por su amplia diversidad, ha existido desde tiempos remotos, atendiendo a viajeros que se desplazaban por motivos laborales. La revolución industrial impulsó el desarrollo de la hotelería y el arte culinario para satisfacer las necesidades de estos viajeros, dando lugar a un crecimiento turístico de tipo comercial con intercambio cultural.

La gastronomía juega un papel fundamental en el desarrollo local, debido a que Genera ingresos económicos: La venta de alimentos y bebidas típicas a los turistas representa una fuente de ingresos importante para las comunidades locales.



MARCO TEÓRICO

La cultura gastronómica del municipio de Tocaima, se ha venido manteniendo gracias a los saberes de los pioneros, dando sus conocimientos hacia sus generaciones futuras. Llevando la generación y el saber importante de esta cultura.



MARCO GEOGRÁFICO

Mapa De Colombia



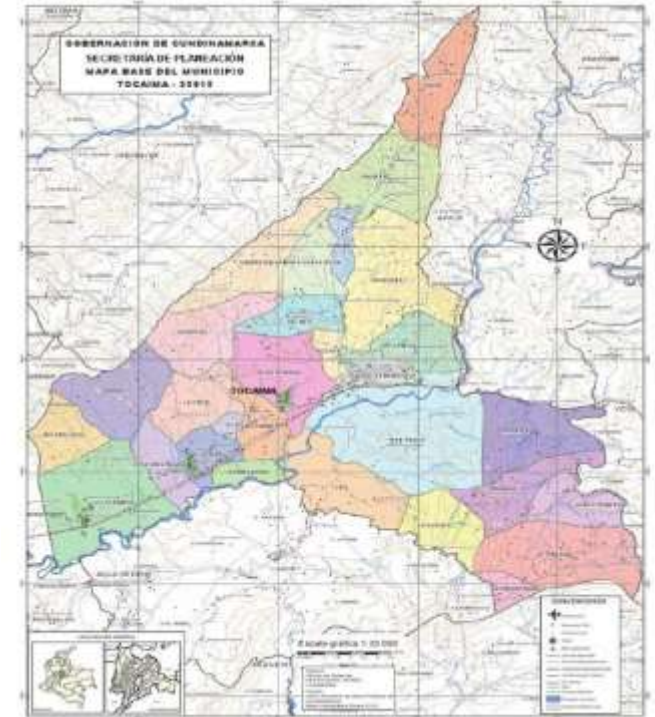
Fuente: <https://acortar.link/fNUa34>

Mapa De Cundinamarca



Fuente: <https://fr-academic.com/dic.nsf/frwiki/2147778>

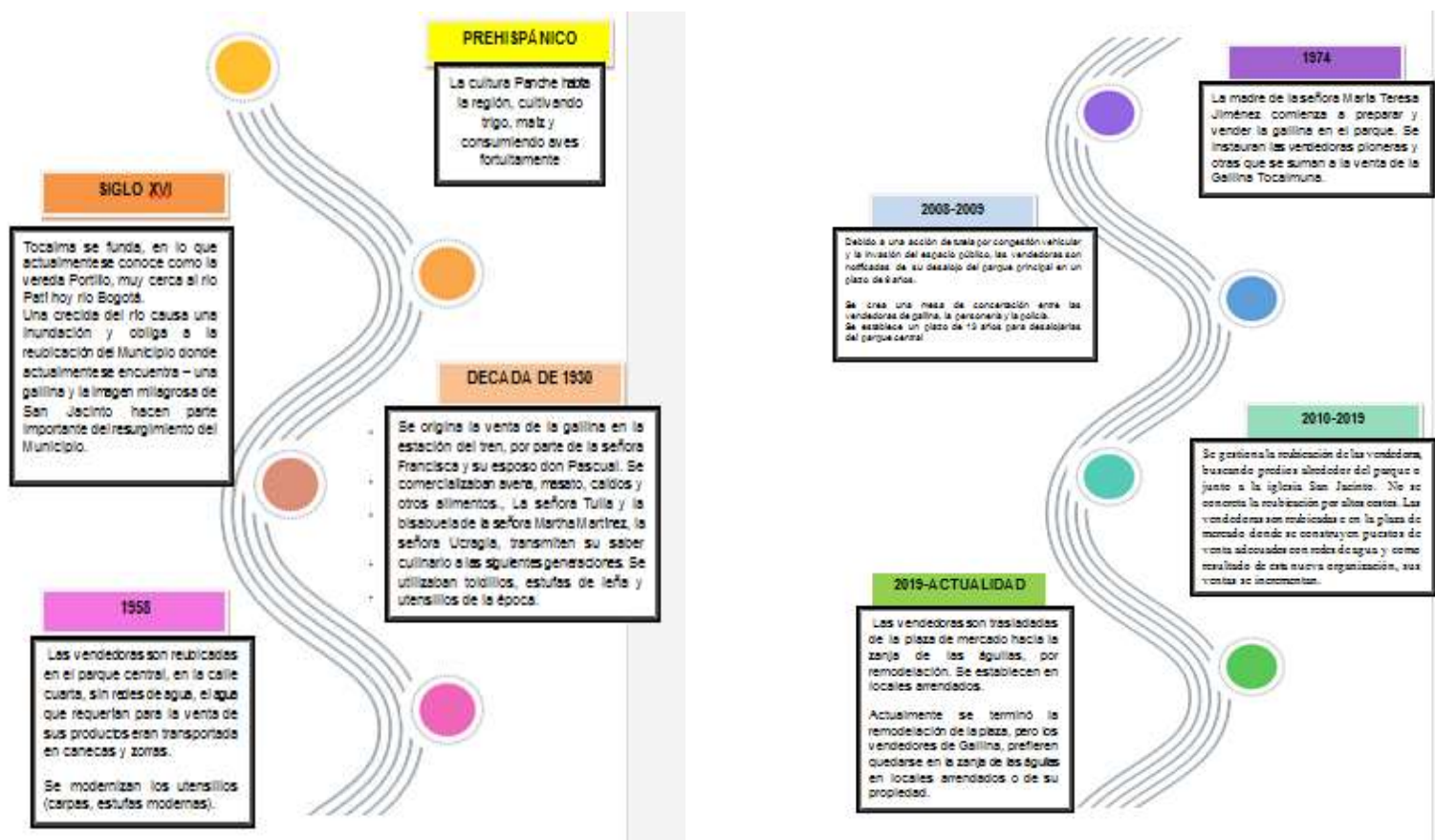
Mapa Del Municipio De Tocaima



Fuente: https://issuu.com/contactenostocaimacundinamarca/docs/31583_plan-de-desarrollo--futuro-en-marcha-2020202/s/11458531

LÍNEA DE TIEMPO DE LA GALLINA TOCAIMUNA

Los datos sobre la línea de tiempo fueron tomados de las entrevistas, de vendedoras y pioneras de la Gallina Tocaimuna.



ESTRATEGIAS DE MARKETING

PÁGINA WEB



Página web: <https://gallinatocaima.wixsite.com/gallina-tocaimuna>

REDES SOCIALES



Enlace:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61559088868482&mibextid=ZbWKwL>

RECETA ESTANDAR

GALLINA TOCAIMUNA					
NOMBRE :		GALLINA TOCAIMUNA		RECETA Nº 1 FO01	
CARACTERISTICAS DE CALIDAD :				PAX 10	
INGREDIENTES	CANT.	UNIDAD	COSTO U	COSTO T	OBSERVACIONES
Ballina Grande	3000	gr	10	30.000	Tocaimuna
Papa Pastusa	500	GRS	4,2	2.100	
Yuca Armenia	500	GRS	4,2	2.100	
Cebolla	500	grs	4	2.000	
Aji	100	GRS	5	500	
Sal	100	GRS	0,7	70	
Ajo	300	GRS	6,5	1.950	
Cilantro	500	grs	5	2.500	
Dolor Amarillo	60	grs	10	600	
Domino molido	60	cc	6,9	414	
Tomate	500	grs	2,6	1.300	
Platano Verde	500	grs	4,2	2.100	
Pimienta	60	grs	5	300	
Aceite Girasol	200	ml	8,5	1.700	
				0	
TOTAL COSTO				47.634	
10% MARGEN				4.763	
TOTAL COSTO REAL				52.397	
TOTAL COSTO PORCION				5.240	
TOTAL VENTA PORCION 40% COSTO				13.099	
PARA 10 PAX				130.994	

CRITERIOS								
Escenario No.1 40% ideal			ESCENARIO 2 SIN MARGEN		escenario 3 SIN MARGEN		ESCENARIO 4 CON MARGEN	
MP	40	32.000	40	47.634	60	48.000	40	47.634
MO	20	16.000	20	23.817	10	8.000	20	26198
CF	20	16.000	20	23.817	10	8.000	20	26198
UTILIDAD	20	16.000	20	23.817	20	16.000	20	26198
VENTA	100	80.000	100	119.085	100	80.000	100	126228
MP		32.000		47.634		47.634		47.634
Margen		4.763		4.763		4.763		4.763
Total costo		36.763		52.397		52.397		52.397
VENTA 40%		91.908		130099		87.328		130993
PORCION		9.191		13009		8.733		13099

PREPARACION

Preparación • Alistamiento e higiene previa de utensilios, equipos y materia prima. • Se lava la gallina. Se les retiran los gordos que servirán para el guiso. • Se adoban con sal. • En 6 litros de agua se cocina la gallina, se aromatizan con cilantro, rabos de cebolla, comino, pimienta y ajos. Se dejan cocinar durante 2 horas. • Aparte se cocina la papa, la yuca y el plátano por aproximadamente 35 minutos.

Para la salsa • En la grasa extraída cuidadosamente de la gordana de la gallina, se pone a sofreír la cebolla larga cortada en pequeños bastones desfibrados y a fuego medio. • Se agrega ajo picado y color para que quede amarillo tenue. Se agrega caldo de la cocción de la gallina y se cocina por 10 minutos más, aproximadamente

Presentación del plato La gallina se sirve despresada en una bandeja, acompañada de papa y yuca. Se adiciona la salsa, la cual se distribuye por encima de la gallina y los vegetales cocidos. Esta preparación la acompañan una sopa de arroz con menudo y con limonada de panela



<https://acrobat.adobe.com/link/review?uri=urn%3Aaaid%3Aascds%3AUS%3A65d000cb-b002-32f4-8f83-a71f669b9161>

CONCLUSIONES

Revelar la importancia gastronómica, cultural, histórica y social, destacando el plato típico como una identidad del patrimonio inmaterial del municipio.

Este plato típico juega un papel crucial y es preservar esta tradición culinaria.



RECOMENDACIONES

--Se recomienda que se hagan talleres educativos en las escuelas y colegios para que se conozca de manera detallada la historia y el legado de las portador adoras de los saberes culinarios y que los jóvenes conserven este legado de generación en generación,
Con sus debidas preparaciones de manera que el sabor y el saber perduren en el tiempo

--Que se conserven y apliquen las (BPM) en los establecimientos teniendo una adecuada presentación e inocuidad pues aplicando estas practicas se evitan propagaciones de animales

--Que los costos de las materias primas sean de bajo precio consiguiendo proveedores que garanticen la calidad de los productos y esto genere mayor ganancia a las establecimiento y que estos se dirijan y administren por las familias para que se eviten la mano de obra en los pagos a personal diferente.

MARIA T.



MARTHA



LOS GEMELOS



ROSITA





| 30 años de vida universitaria

GRACIAS