



**Centro Gastronómico Cultural En El Municipio De San Agustín Como
Fortalecimiento Del Turismo Y El Patrimonio Cultural
En El Departamento Del Huila.**

Anyi Lorena Pérez Losada

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Arquitecto

Director (a):

Arquitecta Gina Paola Artunduaga

Línea de Investigación:

Arte, Diseño Y Sociedad

Universidad Antonio Nariño

Programa de Arquitectura

Facultad de Artes

Neiva, Colombia

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado “Centro Gastronómico Cultural En El
Municipio De San Agustín Como Fortalecimiento Del
Turismo Y El Patrimonio Cultural En El
Departamento Del Huila”,
de Anyi Lorena Pérez Losada,
Cumple con los requisitos para optar
Al título de ARQUITECTO.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Neiva, 2022.

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios, quien me ha dado la fortaleza salud e inteligencia para cumplir una meta más propuesta en mi vida. A mis padres Diana Patricia Losada Moreno y Rodolfo Ramírez Horta quienes me han apoyado incondicionalmente, me han brindado su amor, tiempo y dedicación.

A mi hermano Cesar Augusto Pérez Losada por contar con su tiempo y siempre apoyarme en lo que necesitaba. A ellos, mi familia que son mi fuerza y mi orgullo.

A mis amigos y profesores que contribuyeron para la ejecución de esta investigación y todas las personas que de una u otra forma me brindaron su apoyo.

Resumen

La gastronomía en el Huila ha tenido una connotación muy arraigada a través de las diferentes culturas existentes, las cuales se han caracterizado dependiendo de la región, donde en algunos lugares han sido aprovechada y considerados elementos de carácter inmaterial para lo cual se origina la oportunidad de apropiarse de este elemento cultural en nuestra región debido al gran potencial turístico existente en el departamento del Huila.

En este departamento existe la peculiaridad de mostrar un sin número de culturas gastronómicas muy típicas dependiendo del municipio en donde se encuentre, que han sido apropiadas desde nuestros ancestros, aportando en toda la población como también el desarrollo social, pero que no le ha considerado un elemento primordial, causando la pérdida de la importancia de la región.

La presente tesis consiste en desarrollar un proyecto arquitectónico, Centro Gastronómico Cultural en el municipio de San Agustín, cuyo propósito sea potenciar el turismo y promover la difusión, formación e investigación de la gastronomía huilense. De este modo, busca contribuir en la consolidación del departamento del Huila como un destinturístico gastronómico importante y competitivo a nivel mundial.

La propuesta nace de acercarse a un sector con vocación sobre muestras gastronómicas, y plantear un diseño de centro gastronómico cultural de aprendizaje y muestrade comida típica de la región, aprovechando los sectores productivos en el municipio de San Agustín que ayudaría a la consolidación turística y cultural que se ha ido conformando al tener esta vocación.

Palabras claves: Gastronomía, Cultura, Patrimonio, Turismo, Comida Típica.

Abstract

The gastronomy in Huila has had a deeply rooted connotation through the different existing cultures, which have been characterized depending on the region, where in some places they have been used and considered elements of an immaterial nature for which the opportunity to appropriate this cultural element in our region due to the great tourist potential existing in the department of Huila.

In this department there is the peculiarity of showing a number of very typical gastronomic cultures depending on the municipality where it is located, which have been appropriate since our ancestors, contributing to the entire population as well as social development, but which has not been considered an element primordial, causing the loss of the importance of the region.

This thesis consists of developing an architectural project, Cultural Gastronomic Center in the municipality of San Agustín, whose purpose is to promote tourism and promote the dissemination, training and research of Huila gastronomy. In this way, it seeks to contribute to the consolidation of the department of Huila as an important and competitive gastronomic tourist destination worldwide.

The proposal arises from approaching a sector with a vocation for gastronomic samples, and proposing a design of a cultural gastronomic center for learning and sample of typical food of the region, taking advantage of the productive sectors in the municipality of San Agustín that would help consolidate tourism and culture that has been shaped by having this vocation.

Keywords: Gastronomy, Culture, Heritage, Tourism, Typical Food.

Tabla de contenido

Introducción	14
1.CAPÍTULO I: Formulación de la Investigación.....	15
1.1 Problemática de la Investigación.....	15
1.2 Pregunta de Investigación	17
1.2.1 Sistematización del Problema	17
1.3 Objetivo de la Investigación.....	18
1.3.1 Objetivo General.....	18
1.3.2 Objetivos Específicos	18
1.4 Justificación de la Investigación	19
1.5 Limitantes de la Investigación	20
1.6 Alcances de la Investigación.....	20
2. CAPÍTULO II: Marco Teórico.....	21
2.1 Marco Teórico	21
2.2 Bases Teóricas De La Investigación	21
2.3 Antecedentes De La Investigación.....	30
2.4 Marco Conceptual.....	32
2.5 Marco Referencial.....	33
2.6 Marco Histórico de la Investigación.....	36
2.7 Marco Legal.....	40

2.8 Marco Geográfico	43
3. CAPÍTULO III: Marco operacional	45
3.1 Escala Macro – Departamento del Huila – Área de Contexto.....	45
3.1.1 Localización y Ubicación	45
3.1.2 Sistema Ambiental	47
3.1.3 Delimitación uso y Actividad del suelo.....	48
3.1.4 Sistema Vial	49
3.1.5 Sistema Turístico.....	50
3.1.6 Gastronomía de Huila.....	53
3.1.7 Cultivos Transitorios	55
3.1.8 Cultivos Semipermanentes	56
3.1.9 Cultivos Permanentes	57
3.2 Escala Meso - Pitalito Huila – Área de Influencia	58
3.2.1 Sistema Ambiental	59
3.2.3 Usos del Suelo	60
3.2.3 Sistema Vial	61
3.3 Escala Meso - San Agustín – Área de Estudio Rural.....	62
3.4 Escala Meso - San Agustín – Área de Estudio - Casco Urbano	64
3.4.1 Sistema Ambiental	64

3.4.2 Usos del Suelo	65
3.4.3 Sistema Vial	66
3.4.4 Sistema Cultura - Turístico.....	67
3.4.5 Dinámica Demográfica	69
3.5 Escala Micro - Polígono De Intervención - Área De Influencia.....	71
3.5.1 Plano Síntesis De Problemas – Área De Influencia.....	73
3.5.2 Plano Síntesis De Estrategias – Área De Influencia.....	74
3.5.3 Propuesta Urbana	75
3.5.4 Mejoramiento De La Plaza De Mercado:	76
3.5.5 Movilidad Urbana.....	77
4. CAPÍTULO IV: Resultado y Análisis de Resultados	82
4.1 Implantación del Proyecto Puntual.....	82
4.2 Normativa Lote de Intervención.....	83
4.3 Implantación y Normativa Aplicada.....	83
4.4 Organigrama De La Propuesta.....	84
4.5 Criterio de Diseño	84
4.6 Planimetría Técnica	85
5. CAPÍTULO V: Marco Metodológico.....	94
6. CAPÍTULO VI: Conclusiones	95

6.1 Conclusiones	95
6.2 Recomendaciones	96
Bibliografía	96

Lista de Figuras

Figura 1. Arbol de problemas	16
Figura 2. Cadena agroalimentaria.....	25
Figura 3. Vista exterior de Mercado Markthal Rotterdam.....	34
Figura 4. Vista interior y exterior del Mercado Santa Caterina.....	35
Figura 5. Vista interior Plaza de Mercado de Paloquemado.....	36
Figura 6. Representación de los monolitos emblemas de San Agustín	40
Figura 7. Objetivo 1	45
Figura 8. Localización Municipio de San Agustín	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9. Localización Departamento del Huila	46
Figura 10. Sistema ambiental del Dpto. Huila.....	47
Figura 11. Uso y actividades del Dpto. Huila.....	48
Figura 12. Sistema vial y transporte del Dpto. Huila.....	49
Figura 13. Dinámica demografica del Dpto. Huila.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 14. Sistema turístico del Dpto. Huila	50
Figura 15. Turística por tipo y destino	51
Figura 16. Distribución geográfica de turistas	52
Figura 17. Gastronomía del Dpto. Huila	53
Figura 18. Platos típicos de municipios del Dpto. Huila	54
Figura 19. Principales productores de cultivos transitorios	55
Figura 20. Principales productores de cultivos semipermanentes	56
Figura 21. Principales productores de cultivos permanentes	57
Figura 22. Principal producto anual	58

Figura 23. Localización de Pitalito - Huila.....	58
Figura 24. Sistema ambiental Pitalito - Huila.....	59
Figura 25. Usos del suelo Pitalito - Huila.....	60
Figura 26. Servicios públicos Pitalito - Huila.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 27. Sistema ambiental, Usos del suelo e infraestructura vial San Agustín	62
Figura 28. Sistema ambiental – San Agustín.....	64
Figura 29. Usos del suelo – Área de intervención	65
Figura 30. Sistema Vial – Área de intervención.....	66
Figura 31. Sistema turístico culturales – San Agustín	67
Figura 32. Poblacion de San Agustín por genero	69
Figura 33. Objetivo 2.....	71
Figura 34. Polígono de intervención.....	71
Figura 35. Caraterización zonas con vocación gastronómicas existentes	72
Figura 36. Encuesta por categorización de lugares de comida	73
Figura 37. Plano síntesis de problemas.....	73
Figura 38. Plano síntesis de estartegias	74
Figura 39. Propuesta entorno a la plaza de mercado	75
Figura 40. Movilidad urbana	77
Figura 41. Perfil vial propuesto	78
Figura 42. Perfil urbano	78
Figura 43. Parque recreacional	79
Figura 44. Módulo comercial	80
Figura 45. Bancas	80

Figura 46. Paradero de autobús.....	81
Figura 47. Implantación del proyecto	82
Figura 48. Normativa del lote	83
Figura 49. Implantación con normativa aplicada	83
Figura 50. Organigrama de la propuesta.....	84
Figura 51. Criterios de diseño.....	84
Figura 52. Implantación proyecto.....	85
Figura 53. Segunda planta	86
Figura 54. Plano cubiertas	87
Figura 55. Fachada transversal	88
Figura 56. Fachada Longitudinal 1	88
Figura 57. Fachada Longitudinal 2.....	88
Figura 58. Programa Arquitectónico	89
Figura 59. Render.....	90
Figura 60. Polígono de Estudio	¡Error! Marcador no definido.

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Metodología de Objetivos</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 <i>Distribución de la red vial del municipio de Pitalito</i>	61
Tabla 3 <i>Análisis DOFA</i>	70

Introducción

El turismo se caracteriza, cada vez más, como una actividad que proporciona al viajero una oportunidad de enriquecimiento personal y cultural. Así comienza a desempeñarse un papel importante todos aquellos elementos que permiten al viajero experimentar este crecimiento cultural a lo largo de su viaje. “Las tradiciones locales, los hábitos de los habitantes, los estilos de vida, la cultura, la gastronomía típica, se identifican como los principales factores de diversificación de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos” (López - Guzmán, 2012, pág. 575).

El siguiente trabajo de investigación se realizará en el municipio de San Agustín del departamento del Huila en donde encontramos una gastronomía variada, con productos de calidad elaborados con técnicas tradicionales, productos como el arroz y el plátano y gran variedad de amasijos que son la base especial de sus principales productos gastronómicos y que se ha evidenciado que existe un déficit en espacios que divulguen y fomenten la gastronomía como un atractivo cultural turístico.

Por lo tanto, se planteó una gran pregunta de investigación, que abarca esta problemática, y que se centra en orientar todos los objetivos de la investigación, con el fin último de proponer una propuesta arquitectónica y resolver los principales problemas encontrados en el municipio de San Agustín.

Esta investigación se enfoca en analizar la gastronomía de la región, los atractivos turísticos y culturales del municipio, ya que, debido a su gran potencial gastronómico y por falta de oportunidades e iniciativas no se ha logrado obtener un aprovechamiento y así mismo dinamizar la gastronomía y potenciar el turismo y la cultura del municipio de San Agustín y el departamento del Huila.

1. CAPÍTULO I: Formulación de la Investigación

1.1 Problemática de la Investigación

El municipio de San Agustín ubicado en el sur del departamento del Huila es sin lugar a duda uno de los mejores destinos para la práctica de actividades de deporte aventura y de turismo de naturaleza, por estar ubicado en las estribaciones del macizo colombiano, fuente de riquezas hídricas, reservas naturales con flora y fauna nativa de la región y cuyo parque arqueológico fue denominado Patrimonio Mundial por la UNESCO , se evidencia la falta de un equipamiento dotacional de cultura que se encuentre a la altura de su denominación como un destino turístico de talla internacional, que abra acceso a la población local y foránea a goce y disfrute de los espacios culturales y la vocación gastronómica que el municipio ofrece.

Para el municipio de San Agustín no existe un plan de desarrollo turístico claro que integre de manera ordenada los recursos del departamento con su legado cultural y natural en un crecimiento prolongado, la actuación pública no ha sido eficaz y eficiente en establecer mecanismos de articulación y de integración, lo que permitiría desarrollar un nivel de influencia social importante ya que el municipio es mayormente reconocido como destino turístico histórico, sin embargo, alberga gran cantidad de turistas, pues se encuentra el parque arqueológico San Agustín como el mayor atractivo turístico.

Desde otro punto de vista, no se observa un crecimiento favorable de nuevas ofertas e innovaciones. Así como de los interesados en el aprendizaje del gran legado gastronómico, con la realización de representaciones como: restaurantes temáticos de comida criolla, sin dejar de lado dulcerías y confiterías, también se observan variaciones de nuestra comida, mezclando lo tradicional con las nuevas tendencias y todo lo que comprende, pero no existe la preocupación por continuidad y expansión de la gastronomía huilense a través de la estandarización; la cual es

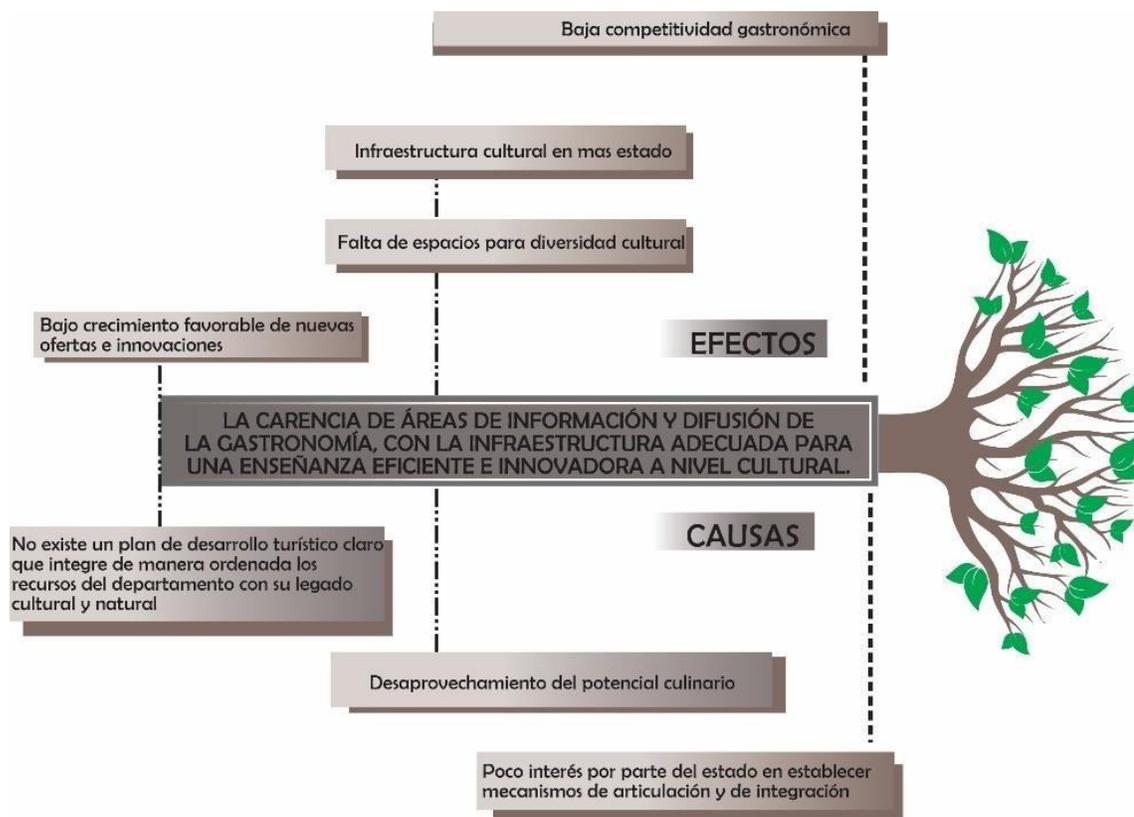
muy importante para que esta gastronomía se conozca y se conviertan en referentes en otros países.

Si bien existen ferias gastronómicas, con gran acogida por parte del público, el grado de permanencia del usuario en este lugar no es suficiente para cumplir con la demanda, debido a la falta de equipamiento y accesibilidad limitada.

Por tanto, se observa en primera instancia la carencia de áreas de información y difusión de la gastronomía, con la infraestructura oportuna para una enseñanza eficiente e innovadora a nivel cultural. Así mismo la necesidad de incorporar espacios que generen una nueva identidad, vinculado con el urbanismo y el diseño arquitectónico que contempla el municipio.

Figura 1

Árbol De Problemas



Nota. El árbol de problema desarrolla un análisis, acerca de los efectos y las causas generales del proyecto. Elaboración Propia.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo dinamizar la producción gastronómica promoviendo el turismo y fortaleciendo la cultura en el departamento del Huila?

1.2.1 Sistematización del Problema

¿Cuáles serían las redes gastronómicas y turísticas que permiten que se difunda la comida típica en el departamento del Huila?

¿Cuáles son las características principales que tiene la gastronomía en el municipio de San Agustín?

¿Qué estrategias son necesarias para reducir el deterioro físico y funcional del entorno de la plaza de mercado articulando las prácticas de comercio existentes y de reactivación de los aspectos sociales, culturales y económicos?

1.3 Objetivo de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

- ❖ Diseñar un Centro gastronómico cultural que promueva la gastronomía huilense como un atractivo turístico para el desarrollo culinario en el municipio de San Agustín – Huila.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ❖ Realizar el diagnóstico urbano regional determinando las dinámicas territoriales con base a los factores sociales, económicos, urbanos y ambientales del municipio de San Agustín - Huila.
- ❖ Revitalizar el contexto urbano de la plaza de mercado a través de escenarios de convergencia social para fortalecer las dinámicas del sector.
- ❖ Desarrollar espacios arquitectónicos con énfasis gastronómico y cultural que vincule a la población local y visitantes, promoviendo la gastronomía típica en el municipio de San Agustín - Huila.

1.4 Justificación de la Investigación

El protagonismo de la gastronomía en la elección del destino y en el consumo turístico se ha concretado en el crecimiento de una oferta gastronómica basada en productos de calidad autóctonos y en la consolidación de un mercado propio para el turismo gastronómico.

Las estrategias tradicionales en el desarrollo del turismo gastronómico dan paso a herramientas estratégicas que permitan articular la calidad, la variedad y la singularidad de los productos autóctonos y la gastronomía de un territorio es por eso la importancia de dinamizar la gastronomía huilense por medio del turismo para que se promueva y fortalezca el desarrollo tanto a nivel municipal como departamental.

Este proyecto es importante en el municipio de San Agustín, para el fortalecimiento, desarrollo y difusión de la gastronomía típica convirtiéndola como un atractivo turístico, demostrando el valor que tiene para la identidad de la región.

La oferta gastronómica que posee el municipio de San Agustín es abundante y variada, debido al abanico de productos que allí se cultivan y a la confluencia de culturas que históricamente se ha dado en este territorio, es por eso que es pertinente realizar el diseño de un centro gastronómico cultural debido a que el municipio no cuenta con espacios adecuados a este tipo de vocación, por lo tanto, diseñar este equipamiento ayudara al fortalecimiento y a la promoción de la cultura, la gastronomía, el turismo, entre otros, encaminando al municipio a ser un sector turístico altamente competitivo.

1.5 Limitantes de la Investigación

Esta investigación está proyectada a un plazo de año y medio, establecida en tres semestres y por las condiciones que se vive actualmente de la crisis mundial, se presentarán algunas dificultades para poder obtener con facilidad datos dentro del municipio que sean favorables para llevar a cabo un proyecto óptimo.

En el municipio de San Agustín no existe un proyecto de investigación que cumpla con los componentes mencionados anteriormente, por lo tanto, no tendremos referentes de fácil acceso, sin embargo, existen proyectos con algunos propósitos similares, por lo tanto, realizará investigaciones con referentes en América Latina, sobre la gastronomía, la cultura y el turismo.

1.6 Alcances de la Investigación

El presente proyecto busca fomentar la gastronomía de la región como un atractivo turístico y fortalecer la identidad cultural a corto, mediano y largo plazo del municipio de San Agustín. Se proyecta para el municipio un Centro Gastronómico Cultural que permita difundir y promover la gastronómica típica y así hacer de esta una atracción turística.

El centro gastronómico cultural está dirigido al público en general tanto nacionales como internacionales que buscan un espacio donde puedan encontrar actividades gastronómicas y a aquellas personas que desean instruirse en la educación referente a la gastronomía, además de encontrar actividades culturales y en una zona exclusiva de la dinámica urbana, siendo este el parque arqueológico, entre otros.

El proyecto se encuentra establecido en la modalidad proyecto arquitectónico dentro de la subcategoría de diseño arquitectónico con una línea de investigación en arte, diseño y sociedad, cuya población objeto serán los habitantes del municipio de San Agustín más las zonas de influencia y la población turista.

2. CAPÍTULO II: Marco Teórico

2.1 Marco Teórico

La investigación que requiere este proyecto de grado busca referencias de aportes teóricos que han realizado trabajos anteriormente en diferentes países de proyectos que se han llevado a cabo respecto a la implementación de la gastronomía como una fuente turística.

Para esto, debemos en primer lugar comprender teóricamente qué es el turismo gastronómico, sus beneficios, antecedentes en el país, el departamento, las estrategias que tiene el gobierno para fortalecer este sector, entre otros.

2.2 Bases Teóricas De La Investigación

El turismo gastronómico forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio. Esto conlleva un potencial natural para enriquecer la experiencia del visitante, estableciendo una conexión directa con la región, su gente, su cultura y su patrimonio.

En los últimos años, el interés por el turismo gastronómico se ha incrementado debido a la promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional. Tras constatar su ventaja competitiva, cada vez más destinos en todo el mundo intentan posicionarse como destinos de gastronomía. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo gastronómico como:

Un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales,

participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. (Organización Mundial del turismo, 2019, s/p).

Por lo tanto, el turismo gastronómico es un campo muy interesante para analizar la cadena de valor, ya que desde hace unos años la gastronomía ha superado el marco de la mesa y más allá del restaurante, el producto se abre a un gran número de atributos y actores participantes.

El turismo gastronómico.

El turismo gastronómico se está convirtiendo en un fenómeno en auge que está marcando las nuevas estrategias turísticas de los destinos. No hay duda hoy en día que la gastronomía por un lado juega un papel clave en la motivación de los turistas tanto nacionales como extranjeros, y por el otro, y la promoción de los destinos. Para algunos autores como: Vázquez de la Torre y Agudo (2010)

El turismo gastronómico es aquel que se puede dividir como las visitas a productores primarios y secundarios, de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región determinada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje (Curiel, 2015, pág. 91).

La riqueza, la variedad de sus destinos y el crecimiento de su economía hacen de un país atractivo para la inversión en turismo vacacional, de negocios y eventos, logrando así convertirse en un sector de oportunidades y de crecimiento continuo, resaltando el patrimoniocultural de la Nación, considerando la cultura como un elemento diferenciador entre los productos turísticos

Es por esto que el turismo gastronómico es una forma muy particular de hacer viajes, donde la gastronomía del país visitado es el hecho fundamental que guía la visita, este tipo de

turismo, se presenta hoy como otra alternativa, siendo una forma particular de conocer el mundo, concentrándose principalmente en las manifestaciones de la cultura culinaria de cada país.

Caracterización del sector de la gastronomía

Panorama internacional

En el ámbito internacional, la gastronomía es una rama que se ha fortalecido durante los últimos años. Parte de este crecimiento puede explicarse gracias al aumento del turismo que, aunque no es el principal determinante de este segmento, sí representa un motor para la experiencia gastronómica de cada lugar.

Es decir, que la gastronomía es una actividad por sí misma y no se desarrolla solo para atender al turista, sino a locales también. A pesar de que el sector gastronómico no depende del turismo, este último sí ha llegado a impulsarlo con mayor fuerza en los últimos años.

Es así como, según la World Food Travel Association (WFTA) “este sector genera un impacto económico anual de US\$ 150.000 millones, teniendo en cuenta que cada turista gasta aproximadamente el 25% de su presupuesto en bebidas y alimentos al viajar” (WFTA, 2018).

Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) expresa que 88,2% de los destinos turísticos estudiados, consideran que la gastronomía resulta un elemento estratégico en la definición de su imagen en tanto que facilita y permite que sean visualizados, al tiempo que posicionan y ubican en la escena el resurgimiento de lo cultural a través de lo gastronómico. Así, se puede señalar, como elemento indispensable para la lectura que la cultura, el turismo y la gastronomía operan como sectores con un profundo grado de interconexión y relación.

En este sentido, actualmente “se reconoce que la gastronomía opera como un mecanismo de adición de valor al sector turístico a escala mundial, un sector que aporta cerca del 10,4% del PIB y el 9,9% de los empleos a nivel global (WFTA, 2018, s/p), de esta manera, esta tendencia

ha estado acompañada del crecimiento del sector y la creciente demanda del público por nuevas formas de descubrimiento de lo local por medio de lo cultural.

Panorama Nacional

En el ámbito nacional, ciudades como Santa Marta, han empezado a invertir en el turismo cultural, relacionando las tradiciones locales, lo histórico y lo ecológico. El Fondo Nacional de Turismo (2019), plantea en casos como este que esas inversiones se ven compensadas con el aumento de la oferta gastronómica en los espacios intervenidos. Gracias a todo esto se ha originado una tendencia de creación de rutas gastronómicas que buscan posibilitar el acercamiento de los comensales a los establecimientos y cocinas informales, pequeñas y familiares que brindan al comensal más allá de un servicio comercial, la búsqueda y la construcción de una experiencia única.

Posteriormente “en los últimos años y del total que aporta el sector turismo al país, se considera que el sector gastronómico aporta aproximadamente 3,6% al PIB” (Ortegón, 2015, s/p) Además, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), la demanda gastronómica en zonas de interés turístico está representada en 43% por residentes locales, 20,8% por visitantes nacionales, 18,5% por visitantes de la región y 17,7% por visitantes internacionales. (Bogotá, 2019, pág. 17).

La cadena de valor de la gastronomía y el turismo

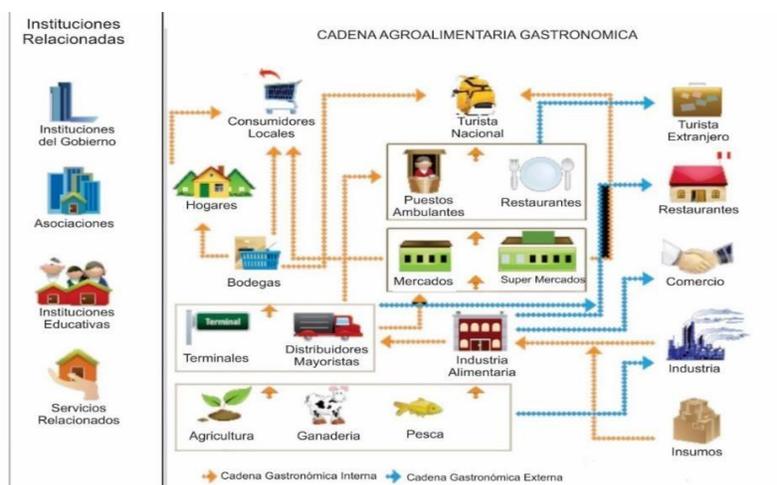
Cada vez somos más conscientes de la importancia de la gastronomía, tanto a nivel social como económico. De hecho, en los últimos tiempos comienza a ser evidente que la gastronomía representa toda una cadena de valor que integra el sector agroalimentario, el sector HORECA (Hotelería, Restaurantes y Catering) y el sector turístico. De hecho, ha cambiado incluso el

concepto de lo que entendemos por gastronomía, superando el ámbito de la alta cocina hasta llegar a la sociedad en general.

Hoy, gastronomía significa placer, calidad, salud, sostenibilidad. La industria agroalimentaria, por su parte, participa también muy activamente en la gastronomía mediante la producción de materias primas (sector primario); su procesamiento (sector secundario) y comercialización (sector terciario) y, en su conjunto, tiene un peso clave tanto a nivel económico como a nivel social y cultural sobre el territorio (Caballero, 2016, s/p). De acuerdo a esto, la cadena agroalimentaria gastronómica se convierte en un sistema de relaciones directas e indirectamente funcionales.

Figura 2

Cadena Agroalimentaria Gastronómica.



Nota. Cadena agroalimentaria gastronómica y su relación interna y externa de manera integradas relaciones económicas y sociales entre sus diversos agentes. Elaboración propia.

Esta cadena gastronómica incluye la producción agraria, pesquera y agrícola, siendo estos, los actores más importantes que integran y desarrollan su composición y funcionamiento permitiendo el paso al procesamiento industrial de los alimentos frescos y procesados, también

abarca a los proveedores con un foco de importancia expandiendo los insumos y servicios como partes de los diversos eslabones de la cadena.

Gastronomía colombiana

Colombia es uno de los países del mundo con mayor diversidad tanto de fauna y flora, como de costumbres y tradiciones, esto ha servido para ser un país muy sólido en el ámbito cultural uno de los aspectos que sobresalen, es la gastronomía que, apoyada de la gran variedad de ingredientes, desarrolla una gran variedad de platos típicos en todos los lugares de nuestro país.

La gastronomía de Colombia es una de las manifestaciones culturales del país que varía entre sus distintas regiones. Aunque no hay consenso en cuanto a un único plato que represente a toda la gastronomía colombiana, se destacan la arepa y el sancocho como los más representativos. Otros platos regionales destacados son la bandeja paisa, el ajiaco santafereño, la lechona tolimense y huilense, el mote de queso costeño, y la carne a la llanera, entre otros.

En una encuesta realizada por el ministerio de industria y comercio sobre la gastronomía colombiana, en donde varias preguntas relacionadas entre cultura, gastronomía y turismo demostraron resultados muy buenos y que ofrecen una oportunidad amplia para la gastronomía dieron como resultado que 69.5% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que, la preferencia por un producto gastronómico colombiano lo origina el regionalismo, el 75.2% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que la gastronomía colombiana representa una identidad regional (reconocimiento social y cultural con el territorio) Por su gran diversidad natural y cultural, así que la oportunidad es amplia.

Gastronomía en el Huila

Esta región cuenta particularmente con el Valle del río Magdalena y junto con su clima tiene la facultad de ofrecer productos como el arroz y el plátano que han inspirado sus productos gastronómicos.

Reconociendo el valor turístico que poseen los alimentos más emblemáticos de una región, la gastronomía Huilense oferta a sus visitantes: la tradición popular de la “cocina afrodisiaca”, de la que hacen parte, los jugos “boxeador” y “matrimonio”; “estimulantes caldos” de “ministro”, de cucha, de huevos de pescado o de ojo de res y varios tipos de “sancocho”. Para “las festividades” de San Pedro, como fruto de la mezcla entre la cocina aborigen y española; “el asado” (de cerdo), acompañado con insulsos, envueltos, arepa orejaperro (arepa delgada a base de arroz) y yuca cocida, además de los tamales. En tiempos de ferias, “la fritanga”, a base de vísceras de cerdo ofrece la morcilla, el bofe y el chorizo; también son famosos, los bizcochos de achira y la panadería tradicional, elaborada en tucas (recipientes de barro), batida con rodillo de madera y cocinada en hornos de barro, que le dan “el sabor particular” a las empanadas de queso, panuchas, cucas, panes de seda, bizcochuelos y panes de chicha. Para completar esta amplia oferta, la gastronomía local aporta la pepitoria (arroz con vísceras de chivo) y el estofado de cordero en el desierto de la Tatacoa, los quesillos y las panelitas de leche de Yaguará, la carne nitrada en Hobo, las gelatinas de pata en Gigante, el arroz tapao en Garzón, los cuellos de gallina rellenos en Pitalito y el cuy asado en Obando e Isnos.

La cocina huilense se describe como la herencia de una cocina campesina de simples costumbres sin muchos artificios y sin muchos aliños. En ella predominan las preparaciones de cocción lenta que la han constituido en una de las cocinas más importantes y bien acogidas en todo el país; donde se destaca ampliamente el legado español que se manifiesta en la preparación

de cerdos y tamales. La cocina huilense es tan diversa que se ha convertido como parte de la riqueza cultural del departamento.

El departamento cuenta con más de 2.000 productores campesinos que trabajan diariamente en el cultivo de frutas cítricas como el maracuyá, la curaba, la granadilla y las poco comunes cholupas y gulupas que pertenecen al grupo de las pasifloras. El esfuerzo diario se ve representado en el 45% de la producción nacional. Siendo ya una realidad que gran parte de esas cosechas terminen en tierras extranjeras como las de Holanda, Alemania, Estados Unidos y Ecuador, donde las frutas son muy apetecidas. En el “RANKING DE PRODUCCIÓN NACIONAL” el Huila posee el 1º puesto en producción de: granadilla, maracuyá, tilapia (filete de pescado), 2º puesto en: tabaco rubio, pitahaya, hortalizas varias y 3º puesto en: melón. (YanHaas, 2017, pág. 570).

Cuenta además con una variada oferta exportable en Cacao y derivados del cacao, Filetes de pescado, Derivados del café, Frutas frescas y pulpas, Productos de panadería y molinería (Achiras), Tabaco, Lácteos y derivados (arequipes y dulces, entre otros).

En productos como el café el departamento se ha consolidado como el principal productor de café especial en Colombia siendo ganador en varias ocasiones del primer lugar de la “Taza a la excelencia” su producción más grande se concentra en la zona centro y sur del departamento y finalmente nos encontramos con grandes producciones de arroz y algodón de excelente calidad siendo el Huila poseedor de firmas importantes como Roa y Flor Huila los cuales están posicionados como uno de los más importantes productores y comercializadores de este cereal. (YanHaas, 2017, pág. 570).

En el área cafetera, el Huila es la primera zona del país con el mayor volumen de producción del grano, superando a los departamentos del eje cafetero (Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda).

La cholupa como denominación de origen

Parafraseando a Yanhaas (2017), como zona frutícola de la cholupa, el departamento de Huila tiene capacidad suficiente para suministrar fruta fresca durante todo el año. Esta oferta se debe a que los cultivos recolectados y sus respectivas cosechas se realizan durante todo el año, por tratarse de un cultivo con un ciclo vegetativo de más de dos años, y su siembra es un período que se establece de manera escalonada a lo largo del año.

Actualmente el Huila ocupa el segundo lugar a nivel nacional en la producción de frutas y el único productor de cholupa. La Superintendencia de Industria y Comercio, declaró la protección de la “Cholupa del Huila” como denominación de origen colombiana delimitada al Departamento del Huila.

El bizcocho de achira del Huila como denominación de origen

Los bizcochos de achiras vienen de la planta con la descripción taxonómica “*Canna Edulis Ker*”, de la cual se extrae el almidón, cultivada en la región. La planta de achira es monocotiledónea, dentro del orden de la escita mineas, que posee 6 familias. Es una hierba perenne que tiene múltiples rizomas grandes y subterráneos, de color blanco pálido o cubiertos por escamas. Las Cannáceas tienen tallos erguidos, simples y rizomas gruesos, ricos en almidón. Los tallos miden entre 0.41 y 1.77 metros de altura. (YanHaas, 2017, pág. 578)

El mayor consumidor de almidón de achira es el departamento del Huila, donde en Altamira existen 27 fábricas familiares de producción de bizcochos, seguido de Tolima y Cundinamarca donde también son fuentes de trabajo. La achira también es cultivada y procesada

en los municipios de Isnos, San Agustín, Gigante, Tarqui, Altamira, Suaza, Pitalito, La Playa y Garzón.

Gastronomía en el municipio de San Agustín

El municipio de San Agustín donde se encuentra ubicado el Parque Arqueológico de San Agustín, el cual en 1995 la Unesco lo declaró como Patrimonio de la Humanidad uno de los mayores símbolos del departamento gracias a la asombrosa obra dejada por culturas milenarias y avanzadas que habitaron la región antes de la Era Cristiana, se caracteriza por ser una mezcla cultural, los residentes nacionales y extranjeros son un ejemplo.

El turismo aumenta cada día y las áreas rurales con usos del suelo diversificados ofrecen nuevas y más atractivas formas de recorrer estos lugares, Además del parque arqueológico de San Agustín, hay otros lugares con riqueza arqueológica. El Tablón, La Chaquira y La Pelota principalmente. En San Agustín, existe una amplia oferta gastronómica típica como el Asado Huilense que es el plato insignia del Huila, Tamal Huilense, Cuy Asado, entre otros.

2.3 Antecedentes De La Investigación

Respecto a los antecedentes tanto internacionales como nacionales sobre el tema de la gastronomía como un atractivo turístico cultural, se pueden encontrar cómo sus autores siempre buscan relacionar la gastronomía con turismo, cómo dinamizarla y crear redes turísticas en promoción de la cocina local o implementar estrategias para las necesidades existentes; por esto se analizarán a continuación documentación realizada con anterioridad sobre este tema y demostrar su importancia.

Dialnet (2013): En este artículo se realizó una investigación sobre la gastronomía como patrimonio cultural y motor de desarrollo turístico donde conocer y degustar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial. En la gastronomía se identifica un vínculo de la

identidad y la autenticidad de un territorio. Considerando así que un territorio puede contar con una gastronomía variada, con productos de calidad elaborados con técnicas tradicionales.

Todo ello, unido a la creciente sensibilidad de los turistas modernos hacia los patrimonios alimentarios, y que además justifica la necesidad de reconocer una mayor importancia a este recurso. El objetivo del artículo es presentar el cuadro actual del desarrollo del turismo gastronómico en la región. Como principal resultado del estudio se propone un análisis DAFO acerca de la gastronomía extremeña.

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: en una de sus investigaciones sobre la gastronomía en el sistema turístico, buscando nuevos productos, mejorando destinos. El caso de la isla de Fuerteventura sostiene que la incorporación de la gastronomía en el diseño de cualquier producto turístico de los destinos se hace necesaria en cuanto que los visitantes que escogen dicho destino para pasar sus vacaciones, tienen la necesidad diaria de alimentarse. El objetivo general de esta investigación es analizar el papel que desempeña la gastronomía, entendida ésta como una condensación del patrimonio cultural tangible e intangible en el sistema turístico. Pretende definirse una propuesta general que permita abordar el estudio de la gastronomía profundizando en qué medida la implicación expresa del sector primario (agricultura, ganadería y pesca) en un contexto determinado por la necesidad de renovación y contención de costes, es determinante para el rejuvenecimiento del destino y cómo puede la unión de ambos sectores contribuir al desarrollo local.

El siguiente documento es una tesis de grado (**Centro Cultural y Gastronómico de Paloquemao**) Bogotá (2019) es un proyecto gastronómico – cultural que propone un equipamiento cultural que funcione como extensión de la plaza de Paloquemado, para generar

zonas comerciales, educativas y culturales, que permitan la reactivación del sector a través de esta nueva edificación teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos y culturales.

Por último está el trabajo de grado de Carlos Fernando Ortega (**Diseño Arquitectónico De Un Centro Gastronómico Sobre El Planteamiento De Un Parque Temático Agropecuario En El Municipio De Pasto**) es una propuesta que nace de acercarse a un sector rural de vocación existente sobre muestras gastronómicas y plantear un diseño de centro gastronómico de aprendizaje y muestras de comida típica de la región, aprovechando los sectores productivos en el sector oriental que ayudaría a la consolidación turística y cultural que se ha ido conformado el tener esta vocación cultural insertando un espacio para el ocio como es un parque temático agropecuario que ayudara como complemento al desarrollo turístico cultural.

2.4 Marco Conceptual

En este marco, se recopila conceptos de vital importancia, en donde dé valor a la investigación.

La **gastronomía** brinda una aproximación a la cultura empleando la comida como eje central. Se ocupa tanto de técnicas de cocción, de datos nutricionales y ciencias alimenticias, como del manejo profesional de los sabores y aromas en la preparación de un platillo culinario.

La gastronomía no es simplemente el gusto por la comida o por cocinar. De hecho, esta disciplina se ocupa de múltiples apreciaciones de lo **cultural** en torno a la cocina y la alimentación, como la elección de los ingredientes, la **tradicción** en torno a la comida o la influencia religiosa en la manera de comer.

En la actualidad, se considera como un componente vital de la experiencia **turística**, el comer fuera es habitual entre los turistas, ya que se cree que la gastronomía es tan importante como el clima, el alojamiento, y el paisaje para ellos.

El turismo gastronómico es un medio para recuperar los **platos típicos** de cada zona; durante la mitad del siglo XX se ha producido un cambio estructural en el modo de apreciar la comida por parte de los turistas. El turismo gastronómico es un instrumento que ayudará al posicionamiento de los alimentos regionales.

2.5 Marco Referencial

El Markthal Rotterdam es un lugar histórico junto al Binnenrotte, muy cerca de la estación Blaak y el mercado al aire libre más grande del país, se ha construido el mercado cubierto más grande de Holanda. Consta de un enorme espacio cerrado a nivel de calle rodeado por un edificio de viviendas en forma de arco. Su forma, colorido interior y altura lo convierten en todo un espectáculo. Lo excepcional del diseño radica no solo en su forma y tamaño, sino sobre todo en la manera de integrar sus diferentes funciones. En ningún otro lugar del mundo se encuentran bajo el mismo techo un gran mercado cubierto, tiendas de comida, restauración, un supermercado, viviendas y un parking subterráneo. (archDaily, 2014).

El mercado tiene buenas conexiones con el transporte público. La estación de tren y metro Blaak está justo al lado. Además, hay paradas de varios tranvías y buses. Además de las conexiones con el transporte público el mercado también es fácilmente accesible en coche. Las cuatro plantas del parking subterráneo cuentan con 1200 plazas de aparcamiento destinadas no solo para los residentes y visitantes del mercado, sino también para quienes vienen al centro, al

mercado al aire libre o a la biblioteca. Se ha construido un acceso al parking del mercado en Blaak para hacerlo accesible desde todas las direcciones.

El edificio es un espacio abierto para atraer a un público numeroso, pero cerrado en los laterales para salvar el viento y la lluvia. Para que los cerramientos fueran lo más transparentes posible, se optó por una fachada de cable de acero que requiere muy pocos elementos constructivos. “El principio es similar al de una raqueta de tenis: los cables de acero hacen de cuerdas entre las que se fija el vidrio. Es la fachada de cable de acero más grande de Europa. Esta fachada transparente permite ver muy bien desde fuera la obra de arte del interior: sus formas y colores invitan al público a acercarse. El exterior del edificio está realizado en piedra natural gris, la misma que se ha utilizado para el pavimento del mercado y la plaza circundante” (archDaily, 2014).

Figura 3

Vista exterior del Mercado Markthal Rotterdam



Nota. Se visualiza la vista exterior del mercado Markthal. Tomada de (archDaily, 2014).

Santa Caterina (España)

El Mercado Santa Caterina se ubica en Barcelona-España.

La propuesta superpone la nueva arquitectura sobre la vieja, las mezcla, y surge con un conglomerado, un híbrido que acentúa la utilidad y es contemporáneo. Se reorganizó la distribución interior del mercado.

La propuesta para la rehabilitación del antiguo mercado de Santa Caterina, implica una acción sobre el tejido urbanístico adyacente a la estructura existente que racionalice su emplazamiento. A la vez, la intervención pretende “mezclarse y confundirse” con la estructura original. (WikiArquitectura, 2017).

Figura 4

Vista interior y exterior del mercado de Santa Caterina



Nota. Se visualiza la vista interior y exterior mercado Santa Caterina. Tomada de (Economista, 2017).

Plaza de Mercado Paloquemao

El sector de Paloquemao recibe este nombre porque había un árbol seco a los alrededores de la Av. 19 y que por razones que se desconocen, se quemó.

Cuando el gobierno de turno, decidió aglutinar a todas las plazas de mercado de orden privado en un solo espacio, dio como alternativa la destinación de una bodega abandonada, cuya titularidad era de Ferrocarriles Nacionales, para tal fin. (Colombia, 2013).

Para los comerciantes de la Plaza de Mercado Paloquemao en 1972 era el inicio de una nueva etapa ya que ellos ingeniaron la manera de distribuir los espacios en los que habrían de ser adjudicados los locales a los respectivos comerciantes.

Figura 5

Vista Interior Plaza de Mercado Paloquemao



Nota. Se visualiza vista interior de la plaza de mercado Paloquemao en Bogotá Colombia. Tomada de (Sueskun, 2011).

2.6 Marco Histórico de la Investigación

Historia de la Gastronomía

Etimológicamente proveniente del griego "gastros", que significa estómago, y "gnomos" ley o conocimiento. El objetivo de la gastronomía es crear platos de comidas para saborear ricas preparaciones culinarias con los sentidos del gusto, la vista, el olfato y el tacto.

El desarrollo de la gastronomía comprende las siguientes etapas: Edad Antigua, Edad Media y Edad Moderna. Cada una de ellas se caracteriza por los factores materia prima utensilios y desarrollo técnico.

Edad Antigua (Prehistoria)

7000 años antes de nuestra era, el Ser humano imitando el patrón de otras especies inicia la caza de los mismos y el complemento de su alimento básico. La Aparición del fuego fue un hecho importante en la alimentación, los primeros alimentos fueron frutos, raíces, hojas y tallos, luego comenzó la caza en donde cazaban con arco y flecha y pescaban con anzuelos y con arpones. Después del fuego, comenzó la domesticación de animales, el nacimiento de la ganadería y aparecen los primeros recipientes de barro para cocinar los alimentos. Aquí fue el inicio de la Gastronomía.

Durante el año 5000 a.C, (era Mesopotamia) la alimentación se basó en el consumo de cereales y vegetales. Egipto era rico en producción agrícola, comían sentados, separados hombres de mujeres y el cereal más antiguo fue el mijo, luego la cebada, la avena y el centeno. El Pueblo hebreo se alimentaba de el pan y el vino, la leche, cuajada y agria, ocupaba un papel muy importante y la carne se consumía, en general, en fiestas y provenía del cordero o la cabra.

Edad Media

En 1672 la alimentación no era saludable debido a la caída del Imperio Romano, iniciaron las epidemias por falta de hábitos de higiene. El pavo real era el plato que el emperador prefería. Se consumían mucho los frutos secos como las almendras, las pasas, los piñones, las nueces, las avellanas y los higos, la cocina del cerdo fue popular en la Germania medieval y comían con las manos y el cuchillo. Luego se extiende el uso de la cuchara y de los palillos.

Edad Moderna

Con el renacimiento nace el hojaldre con el nombre de torroni. En Inglaterra se hacen los grandes pastelones de carne, en Italia introduce en toda Europa, desde Venecia, el tenedory, desde Murano, las copas de cristal. Hubo pueblos enteros que se alimentaban sólo de bellotas. En 1400 las preparaciones eran refinadas, buscando un equilibrio entre nutrición y alimentación. Las porciones disminuyeron. En 1756 se abrió en París el primer restaurante, aunque alejado del concepto actual, digno de denominarse "restaurante" fue el "Beauvilliers".

Edad Contemporánea

En 1800 surgen los grandes cocineros protagonistas de las grandes tendencias gastronómicas. En el siglo XX conocido como la Belle Epoque, marcó el clímax del refinamiento en París, el lujo y la belleza en la comida. Apogeo de la literatura Gastronómica. Autores como Savarín vieron la gastronomía como una ciencia. Dumas por su parte escribe su gran diccionario sobre la cocina.

La Gastronomía Actual

La cocina actual está repleta de nuevos aditivos y saborizantes, algunos naturales, extraídos de la Naturaleza, como extractos vegetales, o artificiales, aditivos químicos autorizados que estimulan los receptores del gusto, reforzando así el sabor propio de los alimentos o incluso creando nuevas "texturas" y combinaciones de sabor.

Por tanto, la tendencia no solo debe requerir de la adaptación a un concepto diferente para sobrevivir, sino que debe proveer mayores oportunidades para una vida más plena, donde el disfrute sea lo primordial. No se trata solo de comer por la necesidad de mantenerse vivo, la gastronomía posibilita que esta necesidad se convierta a su vez en un placer, considerando todas las técnicas, principios y procedimientos que establecen sus conceptos.

San Agustín

El pueblo de la cultura de San Agustín habitó la región de Huila y Caquetá en la actual Colombia durante unos 2500 años a partir del año 1000 a.n.e hasta el 1500 n.e.

La mayor parte de la historia de esta civilización sigue siendo un misterio, pero gracias a muchos de los objetos encontrados en los últimos años, los expertos han sido capaces de obtener más información sobre ellos y han dividido a su larga historia en 3 períodos:

El primer período, conocido como el período formativo o de formación, entre el 1000 a.n.e y el 300 n.e. Durante el período formativo pequeñas aldeas agrícolas comenzaron a formarse.

El segundo período, el período clásico regional, se extiende desde el año 300 hasta el 800 n.e. Durante ese tiempo hubo un enorme crecimiento de la población. Esta cultura también comenzó a construir las estatuas y otros objetos funerarios que todavía están reconocidos y apreciados en la actualidad.

El último período, o período reciente, se extiende desde el 800 hasta el 1500. En este período, la población siguió aumentando y comenzaron a cosechar cultivos nuevos, como el cacahuate. Al momento de ingresar los colonialistas españoles en la región (en

el poblado de San Agustín se fundó entre los años de 1608 y 1612 con los indios Mulale y Laculata por, Pedro Saenz de la Guía, quien cumplía órdenes del gobernador de Neiva y Timana Don Pedro de Velazco. Y en 1928 San Agustín tenía ya una vieja iglesia de bahareque con techo pajizo. (SECRETARIA DE CULTURA, 2021)

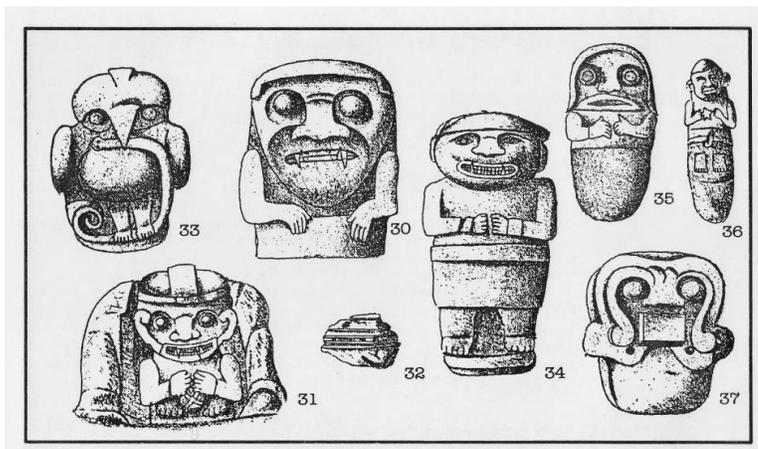
Cultura

La manifestación peculiar de la cultura de los antiguos pueblos de San Agustín fue la escultura lítica monumental. Más de 300 estatuas han sido halladas, la mayoría en un área que

aparece plenamente delimitada por las cuencas de los ríos Magdalena, Bordonos, Mazamorras y Sombrerillos y los picos del Macizo Colombiano. Indudablemente los nativos quisieron hacer de esta región un verdadero centro ceremonial para las prácticas funerarias, presididas por los grandes monolitos, en los que ellos expresaron su estilo simbólico, sin que este propósito les hubiera impedido tallar formas de gran naturalismo.

Figura 6

Representación de los monolitos emblema de San Agustín



Nota. Representación de monolitos en San Agustín. Tomada de Parque Arqueológico San Agustín.

2.7 Marco Legal

Este proyecto de grado está apoyado sobre distintos documentos normativos de los cuales nos regiremos para el buen funcionamiento del sistema del proyecto:

Plan de desarrollo Departamental 2020-2023 “HUILA CRECE”

Posicionar al Huila como un destino turístico sostenible y competitivo, con su oferta turística cultural y de naturaleza, de alto valor y especialización; además, propende el

fortalecimiento de la productividad y competitividad regional a partir de proyectos que permitan el cierre de brechas de mercado, tecnológicas, incrementó de la producción y valor agregado para el acceso a nuevos mercados, que redunden en el beneficio económico y social del sector empresarial en el Departamento del Huila.

Plan De Desarrollo Municipal “San Agustín Nos Une” Para El Periodo 2020-

Fortalece, mejora y dota los escenarios culturales del municipio en su jurisdicción urbano y rural, para garantizar el disfrute de todas las manifestaciones culturales.

Gestiona la implementación de un turismo de calidad, responsable y sostenible con un estándar de alto nivel en la prestación de sus servicios turísticos.

Decreto 2941 de 2009

Sobre salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI) artículo 8 establece de manera expresa que la lista representativa de patrimonio cultural inmaterial se podrá integrar con manifestaciones incluidas en doce ámbitos temáticos, entre los cuales se incluye, con el número 11, la cultura culinaria, entendiendo como tal las prácticas tradicionales de transformación, conservación, manejo y consumo de alimentos.

Ley 1185 del 2008

Estableció el Sistema Nacional de Patrimonio Cultural y fijó un Régimen Especial de Protección y estímulo para los bienes de dicho patrimonio que por sus especiales condiciones o representatividad hayan sido o sean declarados como Bienes de Interés Cultural.

Ley 397 de 1997

Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política; se dictan normas sobre el patrimonio cultural, fomento y estímulos a la cultura; se crea el Ministerio de Cultura y se trasladan algunas dependencias.

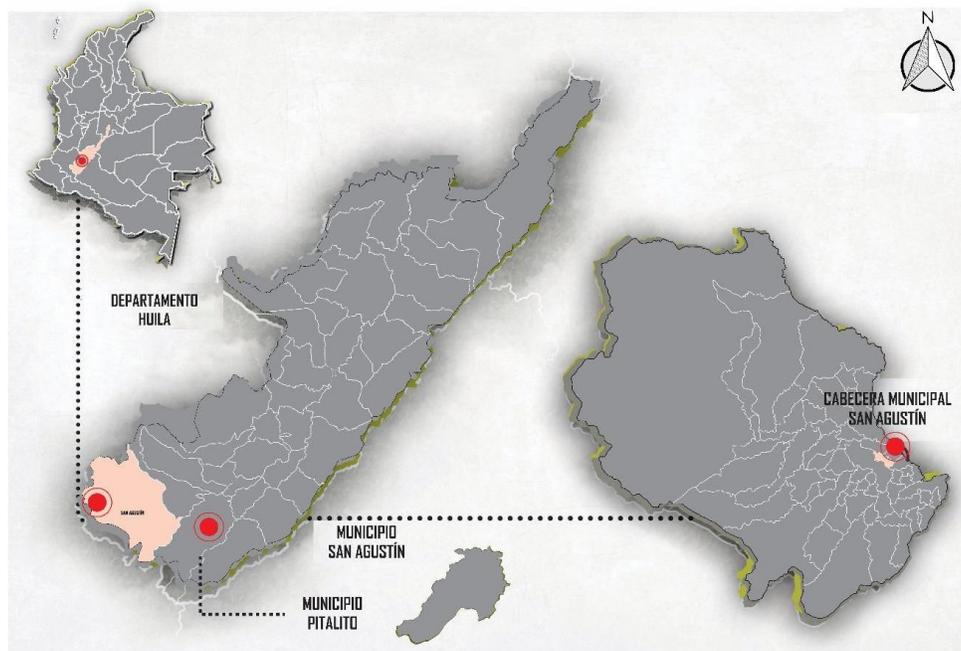
Decreto 343 de 2021

Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario Del Sector Comercio, Industria Y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias.

2.8 Marco Geográfico

Figura 7

Localización Municipio San Agustín



Nota. Visualización de la localidad del Municipio San Agustín. Elaboración Propia.

San Agustín es un municipio se encuentra ubicado en el sur del departamentode Huila. Yace sobre la parte oriental de la región del macizo colombiano, donde se encuentra el más alto valle del río Magdalena, resguardado por las primeras estribaciones de las cordilleras central y oriental. Su extensión territorial es de 1.574 km², su altura es de 1.730msnm y su temperatura promedio es de 18°C.

Hace parte de la región Subsur del departamento del Huila y su economía se basa en el producción de café, caña de azúcar, la ganadería y los servicios turísticos y comerciales. El municipio de San Agustín es conocido como “*Capital Arqueológica del Huila*” pues allí se encuentra ubicado el Parque Arqueológico de San Agustín, que es uno de los más importantes

espacios arqueológicos en Colombia y el mundo. Este fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1995.

Número de habitantes: 34.120

En el área rural: 22,432 habitantes

En el área urbana: 9,994 habitantes

Altura sobre el nivel del mar: 1,640 m.s.n.m (casco urbano)

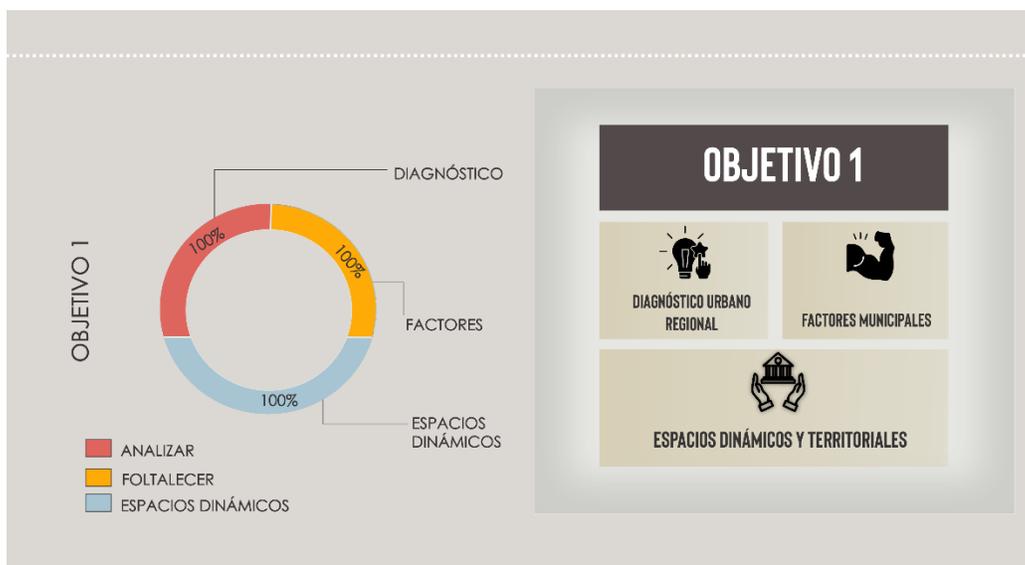
Temperatura promedio: **18°C**

Gentilicio: Agustinese – Agustiniense

3. CAPÍTULO III: Marco operacional

Figura 8

Objetivo 1



Nota. Gráfica objetivo 1. Elaboración Propia.

3.1 Escala Macro – Departamento del Huila – Área de Contexto

3.1.1 Localización y Ubicación

El siguiente análisis se realiza en el departamento del Huila, municipio de San Agustín y tomando como área de influencia al municipio de Pitalito.

Figura 7

Localización Departamento del Huila



Nota. Visualización de la localidad del Departamento del Huila. Elaboración Propia.

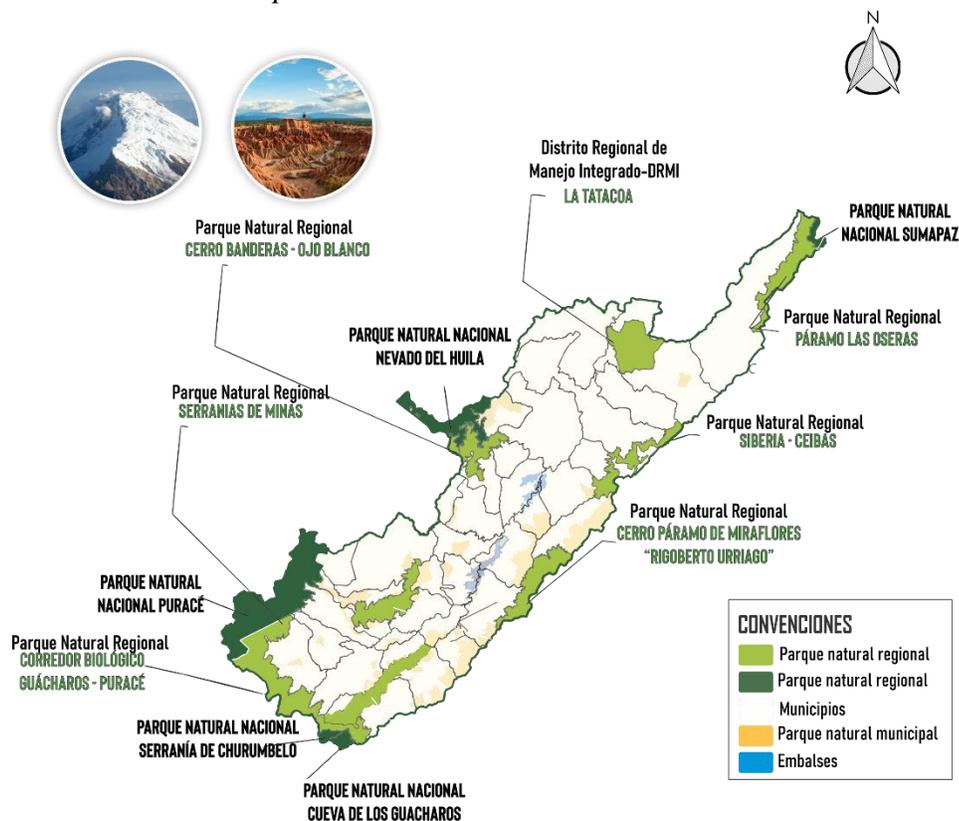
El Departamento del Huila está ubicado en el suroccidente de Colombia; su territorio hace Parte de cuatro grandes regiones morfológicas, como son las cordilleras Central y Oriental, el macizo colombiano y el valle superior del río Magdalena. Geológicamente es unaregión compleja, conformada por rocas metamórficas, ígneas y sedimentarias con edades desde el Precámbrico hasta el Neógeno, y depósitos cuaternarios de origen clástico y volcánico.

El Huila limita al norte con los departamentos de Tolima y Cundinamarca, así como con el distrito Capital de Bogotá; al oriente con Meta y Caquetá, al occidente con Tolima y Cauca y hacia el sur con el Departamento del Cauca, en la llamada “bota caucana”.

3.1.2 Sistema Ambiental

Figura 8

Sistema Ambiental Del Departamento Del Huila



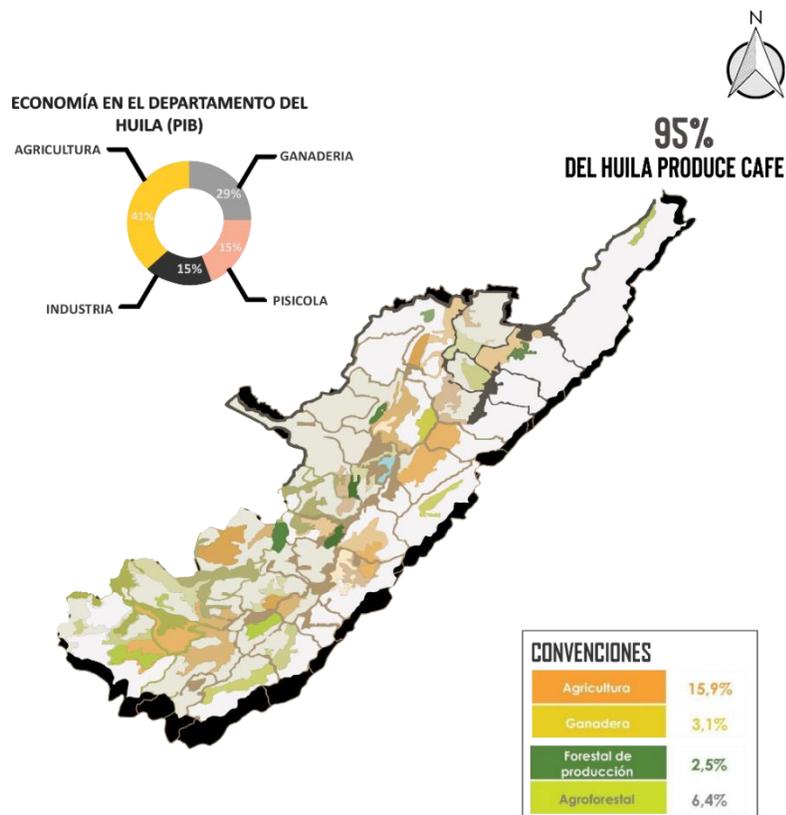
Nota. Sistema ambiental del departamento del Huila. Elaboración Propia.

El departamento del Huila cuenta hoy con 612 mil hectáreas de área protegida un porcentaje que supera el 33 % del territorio departamental y al interior de ellas se encuentran las 121 mil hectáreas de páramo. Todas estas zonas en estricto estado de conservación en el Huila corresponden a 5 Parques Naturales Nacionales, 7 Parques Naturales Regionales, 2 Distritos Regionales de Manejo Integrado (La Tatacoa y Serranía Peñas Blancas), 28 Parques Naturales Municipales y 114 Reservas Naturales de la Sociedad Civil.

3.1.3 Delimitación uso y Actividad del suelo

Figura 9

Usos Y Actividades Del Dpto. Huila



Nota. Sistema del uso del suelo y las actividades del departamento del Huila. Elaboración Propia.

La base económica del Huilla es la producción agrícola y ganadera; la agricultura del Huila se basa en cultivos de café, plátano, caña de azúcar, arroz, frijol, maíz, sorgo, algodón, hortalizas (tomate y cebolla), papa y yuca.

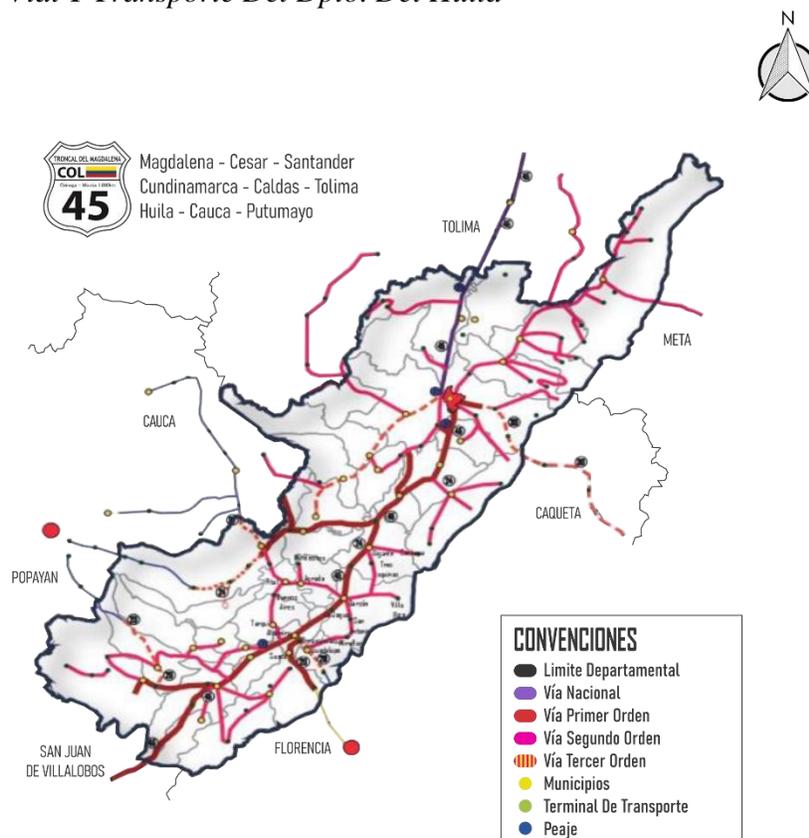
Las zonas de gran desarrollo agrícola corresponden a los municipios de Pitalito, San Agustín, Isnos, Garzón, Gigante, Neiva, Campoalegre, Hobo, la Plata y Santa María.

Las áreas ganaderas se localizan en los municipios de Neiva, Agrado, Aipe, Algeciras, Baraya, Garzón, Gigante, La Plata, Pitalito, Tesalia y Yaguará.

3.1.4 Sistema Vial

Figura 10

Sistema Vial Y Transporte Del Dpto. Del Huila



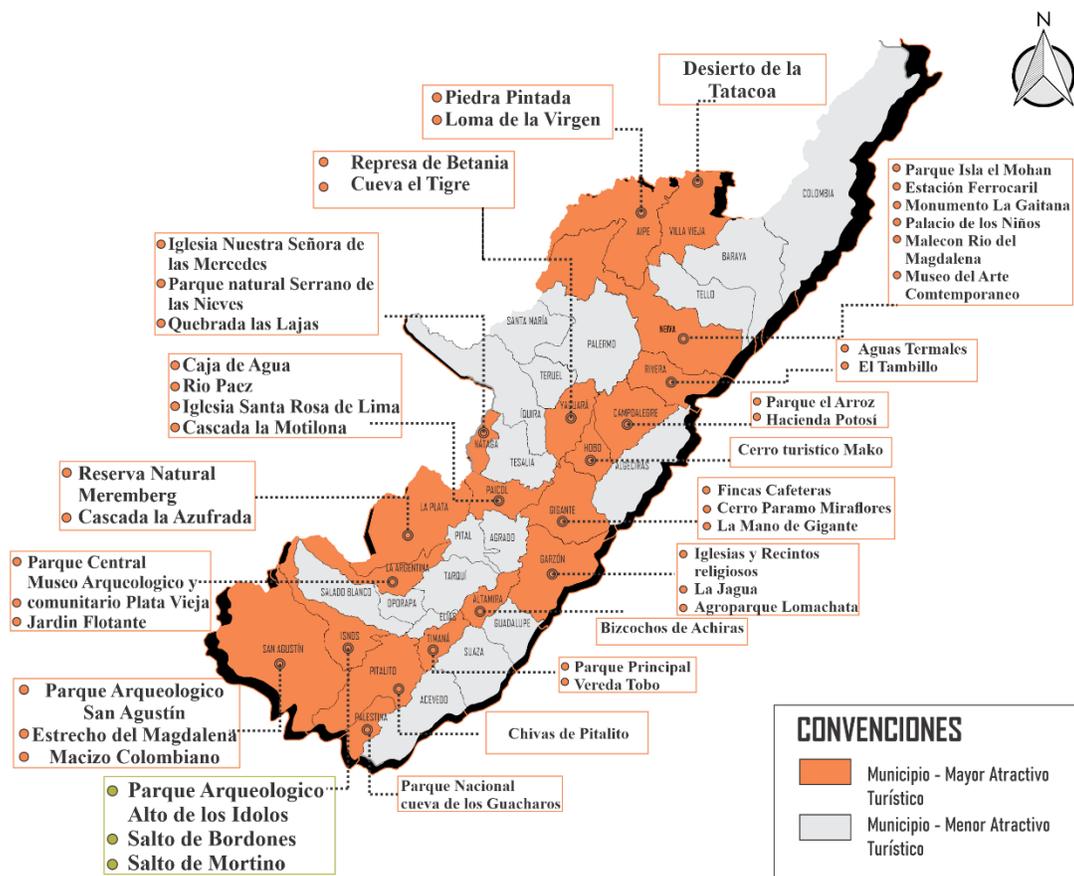
Nota. Mapa de sistema vial y de transporte del departamento del Huila. Elaboración Propia.

El departamento del Huila cuenta con una red de carreteras de aproximadamente 8.245.33km de longitud, los 857.63km corresponden a la red Nacional que atraviesa por todo el departamento del Huila, el (65.34%) se encuentran pavimentados con excelentes especificaciones; La red vial secundaria corresponde a un total de 2066.7km y la red vial terciaria le pertenece un 3,589.0km.

3.1.5 Sistema Turístico

Figura 13

Sistema Turístico del Departamento del Huila



Nota. Mapa de sistema turístico del departamento del Huila. Elaboración Propia.

El departamento del Huila cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos que forman una red turística desde el municipio de San Agustín hasta el municipio de Villa vieja, entre los más representativos se encuentra el Parque Arqueológico de San Agustín y el Parque Arqueológico Alto de los Ídolos, el Desierto de la Tatacoa, entre otros.

Datos generales

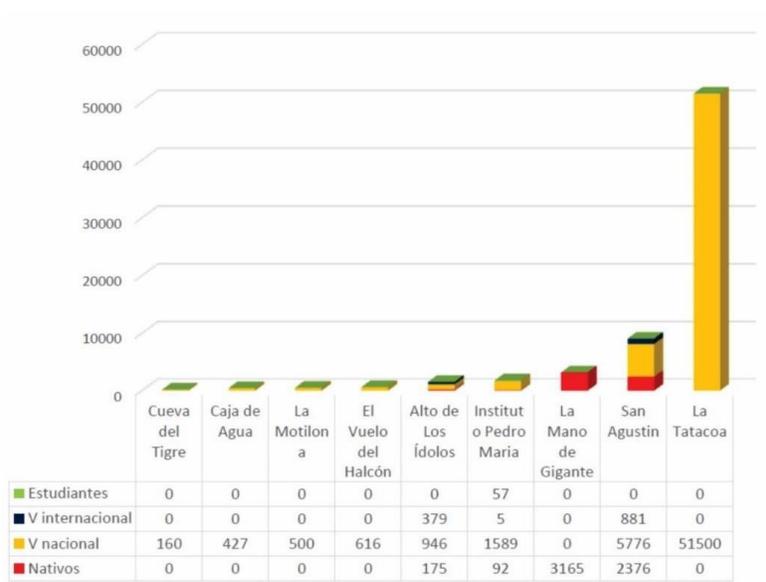
Durante el mes de octubre del año 2019, el Departamento del Huila recibió 68.644 viajeros en sus diferentes atractivos turísticos, de los cuales se destacan el desierto de La

Tatacoa, 51.500, el Parque Arqueológico de San Agustín 9.033 y el Mirador La Mano del Gigante con 3.165 visitas respectivamente; seguido del Instituto Pedro María Ramírez (1.743) y el Parque Arqueológico Alto de Los Ídolos ubicado en el municipio de Isnos (1.500); posteriormente se encuentran el centro vacacional Vuelo del Halcón con 616 turistas y la cascada de La Motilona con 500 viajeros; en último lugar se ubica la Caja de Agua ubicada en Paicol y la Cueva del Tigre con 427 y 160 visitas respectivamente.

Es importante resaltar que de los 68.644 turistas que recibió el Departamento del Huila en el mes de octubre, 5.808 son nativos de la región, 61.614 son visitantes nacionales, 1.265 internacionales y 57 estudiantes. (Huila, 2019).

Figura 14

Turística Por Tipo y Destino



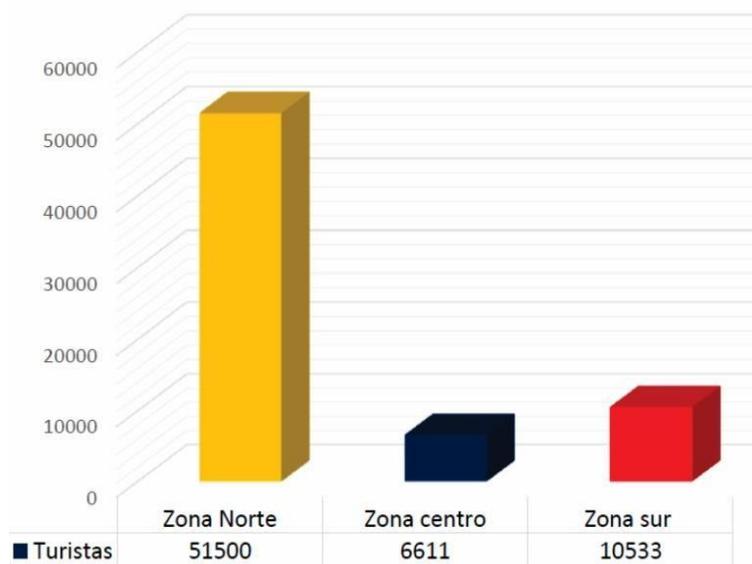
Nota. Sistema de información turística y cultural.

La información Reportada por los principales atractivos turísticos de la región durante el mes de octubre de 2019 permite inferir que los atractivos que registraron mayor número de visitas turísticas en el periodo de análisis corresponden a la zona norte del Huila (75%) representada

principalmente por el desierto de La Tatacoa en suma entre el Museo Paleontológico y el Observatorio Astronómico; seguido de la zona arqueológica sur (15%) a través de los Parques Arqueológicos de San Agustín e Isnos y el centro vacacional Vuelo del Halcón; en el tercer lugar se ubica la Zona centro del Huila (10%) que comprende los siguientes atractivos turísticos; la Cueva del Tigre (Yaguará), la Caja de Agua y la cascada de La Motilona (Paicol), el Instituto Pedro María Ramírez (La Plata), y el Mirador La Mano del Gigante (Gigante).

Figura 15

Distribución Geográfica de Turistas

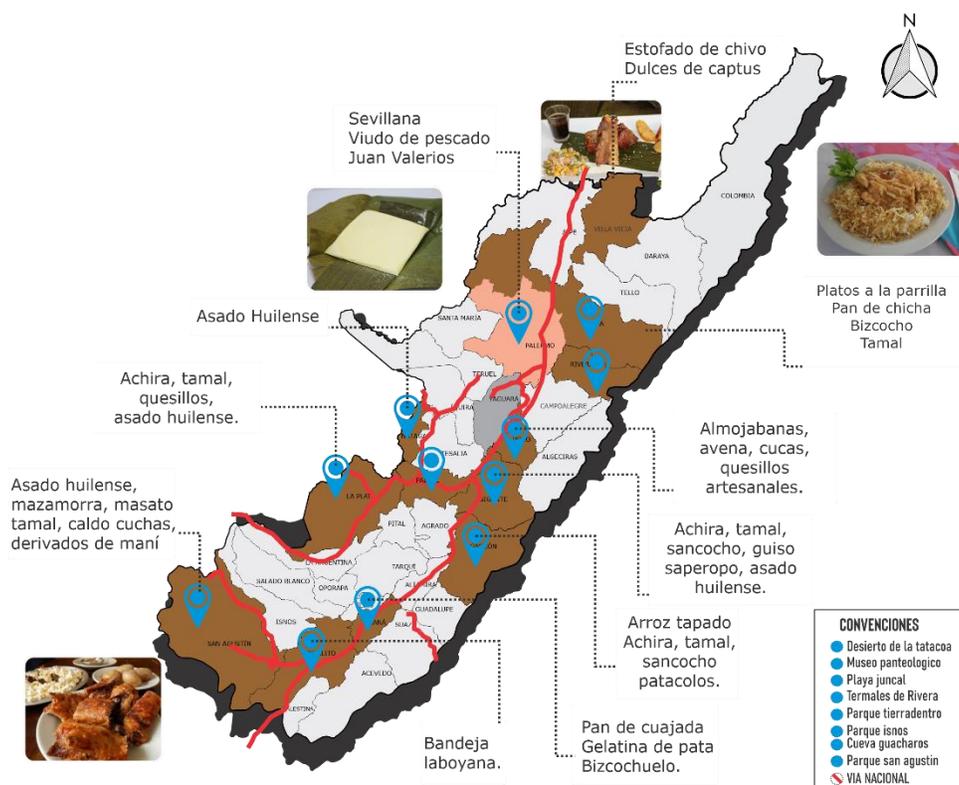


Nota. Sistema de información turística y cultural.

3.1.6 Gastronomía de Huila

Figura 11

Gastronomía del Departamento del Huila



Nota. Mapa de gastronomía en el departamento del Huila. Elaboración Propia.

En el departamento existe una gran variedad de platos típicos del cual, el que más nos representa como región andina, es el Asado Huilense y los Bizcochos de Achiras, pero a nivel regional se puede encontrar que en dieciocho (18) municipios contando con su capital hay arraigada gastronomía predominante que se destaca por que dentro de estos municipios existen unos platos típicos locales como por ejemplo en el municipio de San Agustín está el Cuy Asado o la brasa, en Villavieja, el estofado de chivo, en Yaguará encontramos los famosos quesillos yaguareños, en Garzón, el arroz tapado y en Pitalito, la bandeja laboyana. Todos estos platos son representativos de estos municipios como también del departamento del Huila.

Figura 12

Platos Típicos De Municipios Del Departamento Del Huila

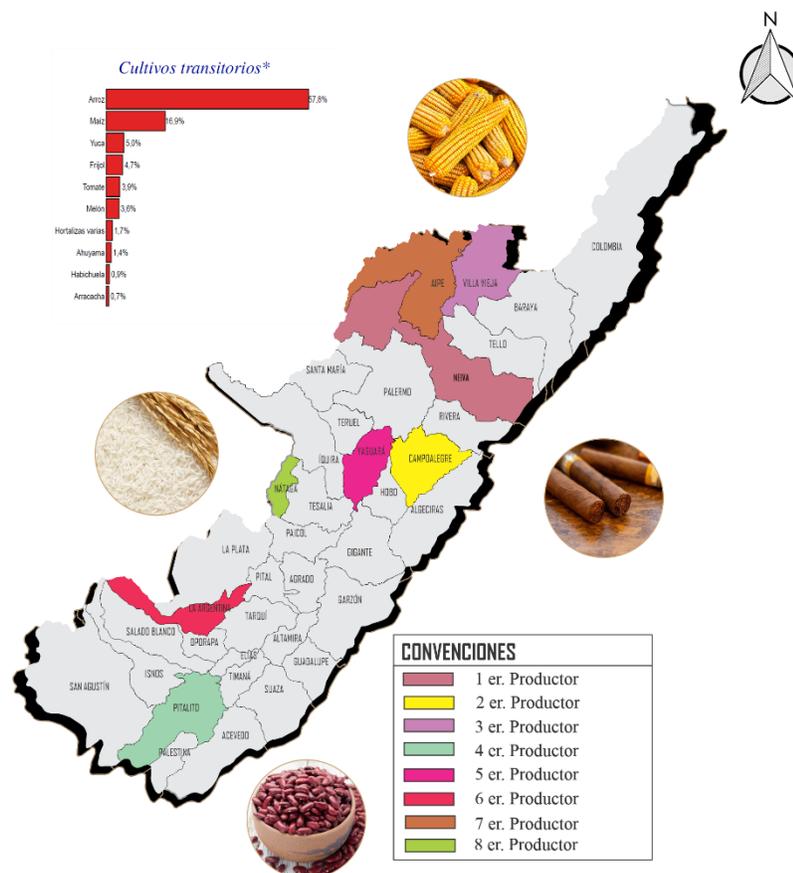


Nota. Visualización de los platos típicos en algunos municipios del departamento del Huila. Elaboración Propia.

3.1.7 Cultivos Transitorios

Figura 13

Principales Productores De Cultivos Transitorios



Nota. Boletín estadístico agropecuario 2018. Elaboración Propia.

El arroz ocupa el primer lugar en ingresos totales entre los cultivos transitorios en el Departamento, teniendo en cuenta que en el periodo 2003-2007 mantuvo un promedio anual de \$170.000 millones. En el año 2008 se superó sustancialmente esta cifra en casi el 62%. Posteriormente, durante los dos últimos años del periodo evaluado (2011-2012) registró un incremento importante.

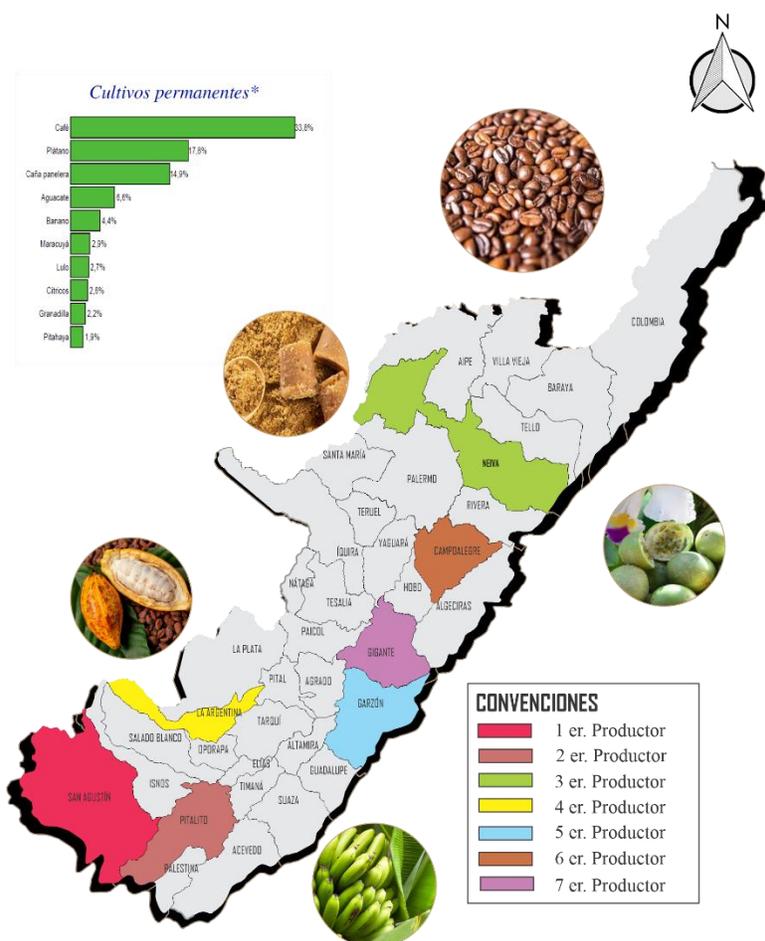
En los cultivos transitorios nuevamente el primer productor es el municipio de Neiva con una participación de 8.61% en todo el departamento. Al evaluar los cultivos transitorios, se

encuentra que la mayor participación corresponde a la producción de arroz y maíz, representando éstos el 77,90% de la producción agregada departamental.

3.1.8 Cultivos Semipermanentes

Figura 14

Principales Municipios Productores De Cultivos Permanentes



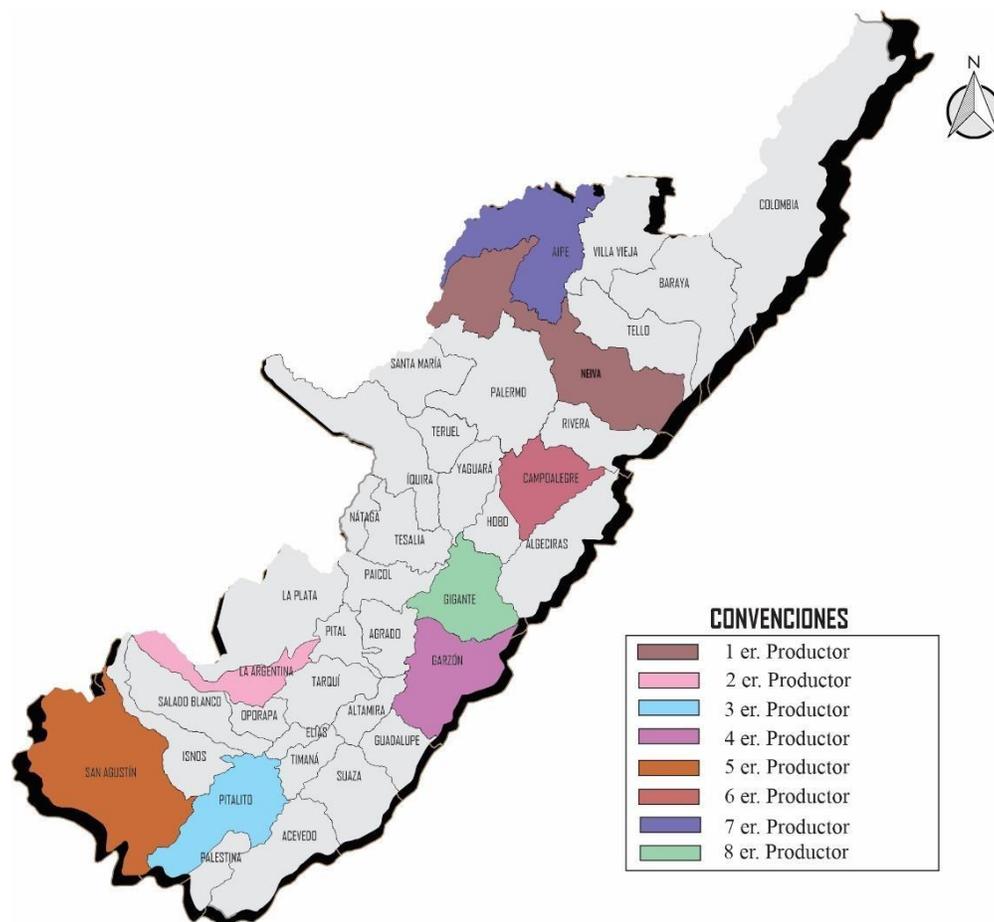
Nota. Boletín estadístico agropecuario 2018. Elaboración Propia.

Los cultivos permanentes semipermanentes como su primer producto es el municipio del San Agustín con una participación 6.91% y con una producción de 4.604 ton, no muy mayor a los demás municipios, pero con una gran participación entre los cultivos.

3.1.9 Cultivos Permanentes

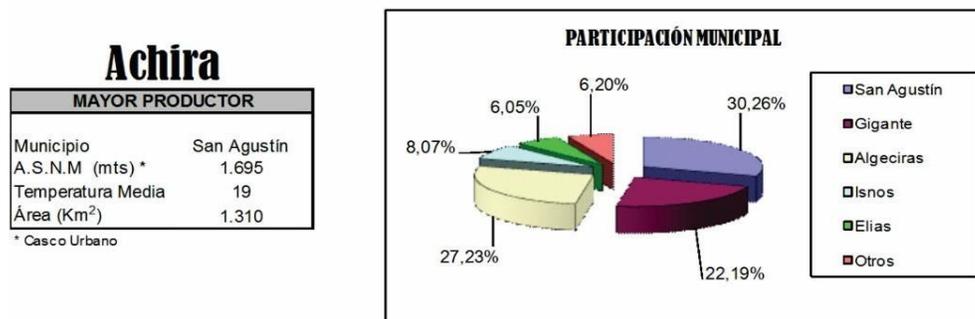
Figura 15

Principales Municipios Productores De Cultivos Semipermanentes



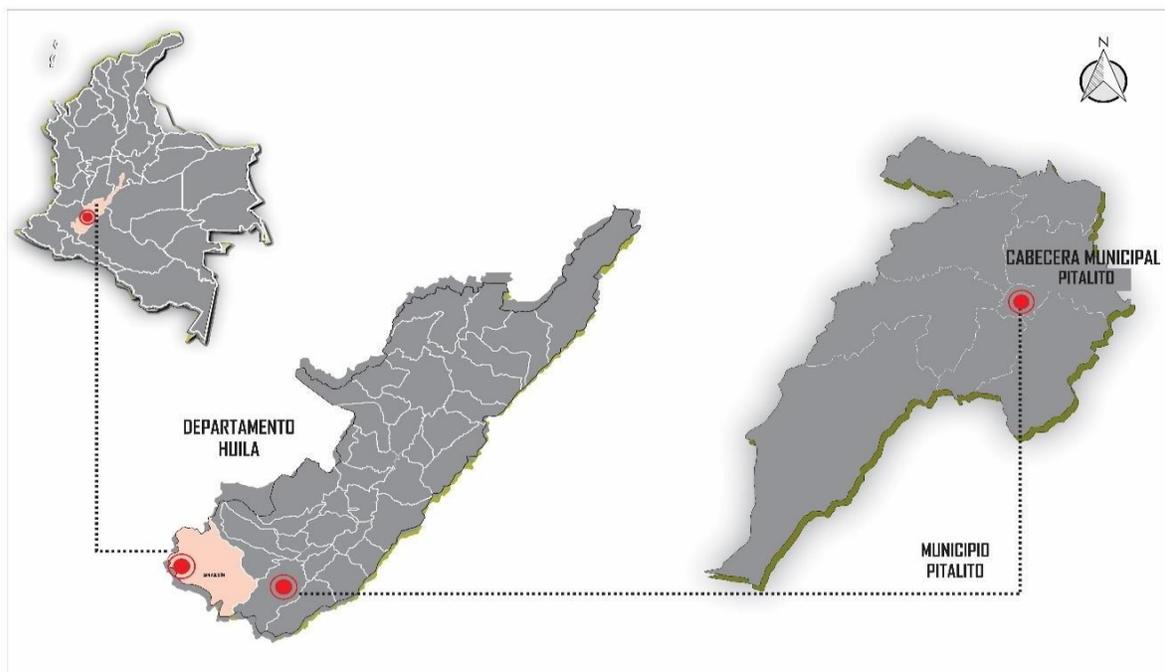
Nota. Boletín estadístico agropecuario 2018. Elaboración Propia.

El departamento del Huila los principales cultivos anuales son en su orden: achira, arracacha, cebolla junca y yuca, siendo el municipio de Neiva el primer productor en cultivos anuales con una participación de 7.70% y una producción de 2.181 toneladas. El municipio de San Agustín es el primer productor en producir achiras con una participación del 30.26%, posicionándolo en el único municipio con este almidón anual.

Figura 16*Principal producto anual*

Nota. Participación municipal que tiene algunos municipios relacionados al almidón achira siendo el municipio de San Agustín el primer productor. Tomada de Boletín estadístico agropecuario 2018

3.2 Escala Meso - Pitalito Huila – Área de Influencia

Figura 17*Localización de Pitalito Huila*

Nota. Localización de Pitalito en el departamento del Huila. Elaboración Propia.

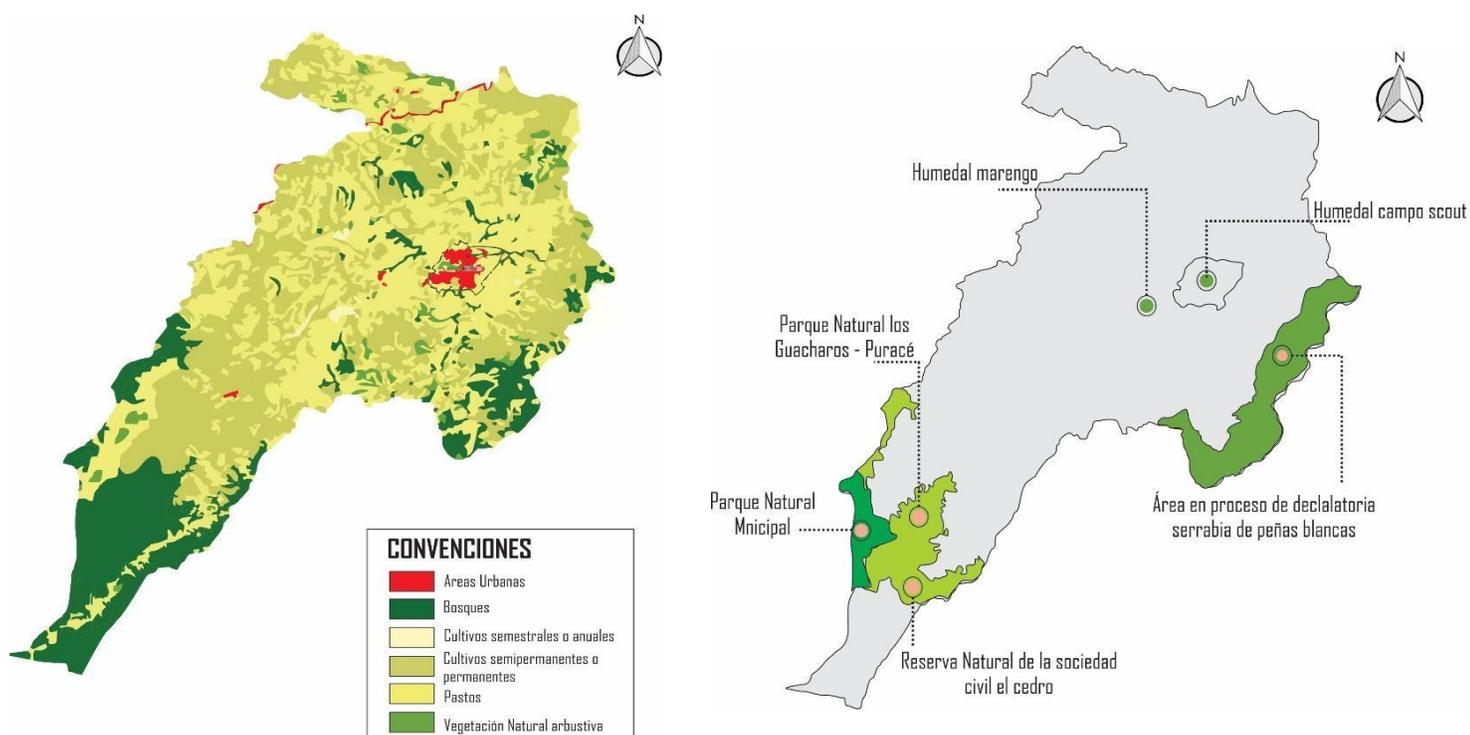
El municipio de Pitalito se localiza a los 1° 52' latitud norte, 76° 02' longitud oeste de Greenwich, dista de Neiva 188 Km. tiene una extensión de 591 kilómetros cuadrados. Limita al norte con Timaná, Elías y Salado blanco; al occidente con Isnos y San Agustín; al sur con el municipio de Palestina, en el departamento del Cauca con el municipio de Santa Rosa y al oriente con Acevedo.

La extensión del municipio de Pitalito según los datos actuales es de 666 Km.2 Este último dato no es definitivo pues en la cartografía disponible que aún no está actualizada, los límites definitivos del municipio aún no se han precisado.

3.2.1 Sistema Ambiental

Figura 18

Sistema Ambiental del Municipio de Pitalito Huila



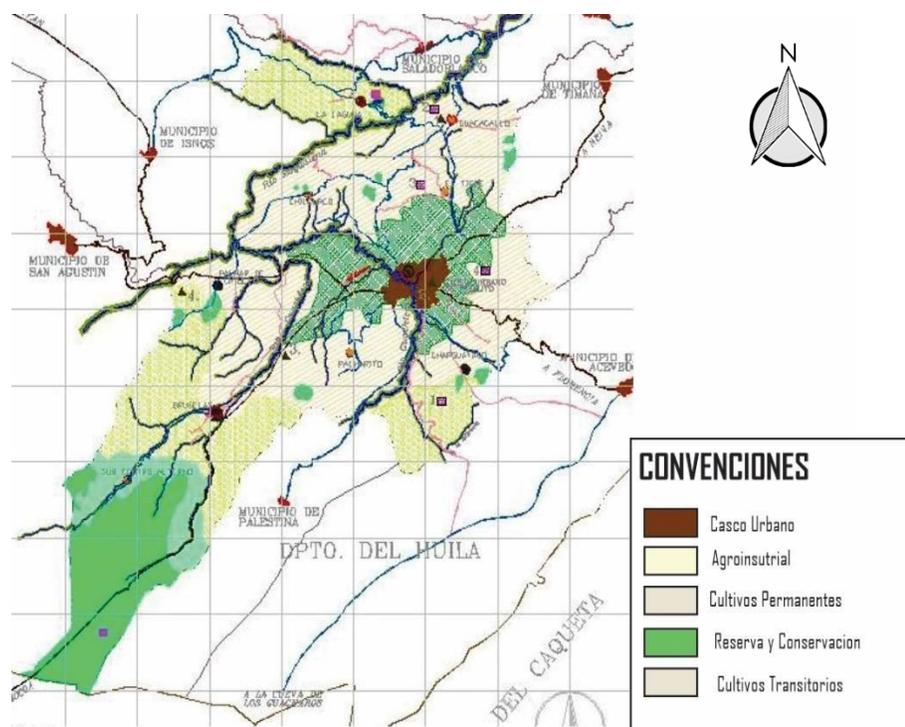
Nota. Corine Land Cover de la CAM ,2010. Elaboración Propia.

El municipio ha adquirido y protegido predios importantes para la conservación de la biodiversidad y servicios ecosistémicos. En total hay más de 4,000 hectáreas protegidas entre el Parque Natural Municipal de Pitalito, el Parque Natural Municipal Serranía de Peñas Blancas, el humedal Marengo, el humedal Campo Escuela Scout, las Reservas Naturales de la Sociedad Civil El Cedro, La Floresta y Pompeya, y predios adquiridos para proteger la cuenca del río Guachicos y Guarapas. Estas áreas protegidas cubren alrededor del 6% del municipio, y el 0.2% del departamento. El Parque Nacional Municipal de Pitalito hace parte de la subcuenca del río Guachicos, afluente directo del río Guarapas.

3.2.3 Usos del Suelo

Figura 19

Usos del suelo del municipio de Pitalito



Nota. Corine Land Cover de la CAM ,2010. Elaboración Propia.

Son suelos aptos para cultivos de café, ganadería, es considerado como el mayor productor de café de Colombia, siendo epicentro de producción el corregimiento de Bruselas, El sistema de producción predominante en el municipio es el café como se ha mencionado, se encuentran cultivos de plátano, maíz, caña de panela, frijol entre otras. En menor producción árboles frutales como guayaba, mora, lulo.

3.2.3 Sistema Vial

La red vial del municipio de Pitalito está conformada por aproximadamente 513.7kms distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1

Distribución de la red vial del municipio de Pitalito

Vías Terrestres	Longitud total en Kms	Estado en el que se encuentran	Distancia a la capital de departamento	
			Kms	Horas
Vías primarias	77	100% pavimentado	195	03 horas 41 minutos.
Vías secundarias	119.9	27.5% Pavimentado 72.5% en Afirmado	N.a.	N.a.
Vías terciarias	316.8	100% en afirmado	N.a.	N.a.

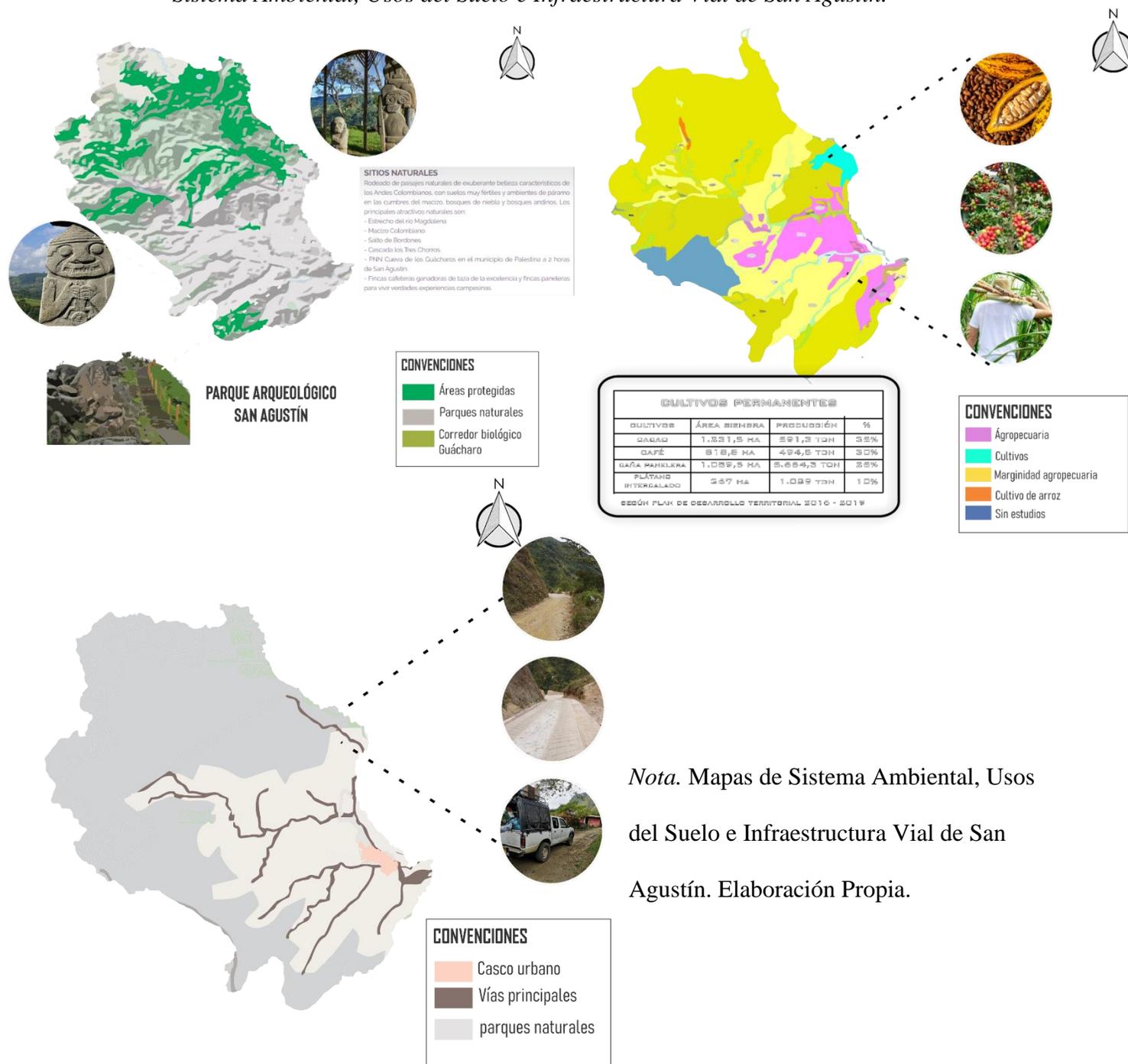
Nota. Plan Vial Departamental del Huila 2009-2018

Según los datos del Plan Vial Departamental del Huila 2009-2018 el municipio posee una infraestructura vial regional de 513.7 kms de los cuales 77 kms son vías primarias de carácter nacional, se encuentran mantenidas por la nación y en buen estado de conservación de todo el tramo. Las vías secundarias comprenden 119.9 kms, que se distribuyen en varios tramos que interconectan corregimientos y veredas.

3.3 Escala Meso - San Agustín – Área de Estudio Rural

Figura 20

Sistema Ambiental, Usos del Suelo e Infraestructura Vial de San Agustín.



Nota. Mapas de Sistema Ambiental, Usos del Suelo e Infraestructura Vial de San Agustín. Elaboración Propia.

El municipio de San Agustín en el ámbito urbano ambiental está relacionado con los ecosistemas estratégicos, cuencas hidrográficas y las zonas de amenazas y riesgos naturales. En el ámbito Regional, El Municipio de San Agustín hace parte de los siguientes ecosistemas estratégicos: El Macizo Colombiano, El Parque Natural Regional Corredor Biológico PNN Puracé - PNN Cueva de Los Guacharos. cuenta con una variación de usos de suelos, tanto aportadores de materia prima como explotadores de suelo. El suelo agropecuario es el que mayor predomina. Para el suelo urbano, el municipio cuenta con un gran porcentaje de suelo residencial expandido por todo el contexto urbano, su comercio esta principalmente en la parte centro, pero con un poco en la periferia sur y norte. El Municipio de San Agustín no posee vías de comunicaciones fluviales ni aéreas solo terrestres.

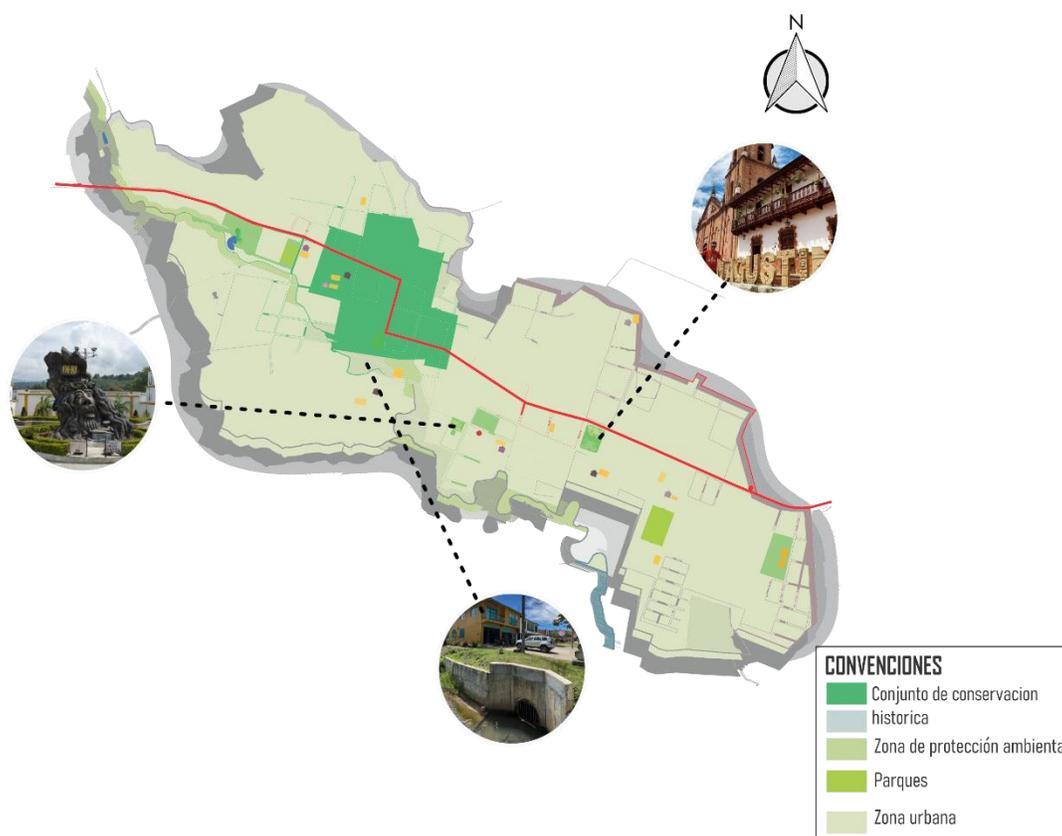
En la cabecera municipal de San Agustín tiene su origen (sector sur) la vía principal que conduce al Municipio de Pitalito e Isnos. Desde la cabecera municipal se desprenden las vías para las Veredas Obando (Pertenece al Circuito Turístico), que se divide en dos ramales: una vía pasa por las veredas Cuchilla, Aguadas llegando a Obando continúa a las Veredas de Jabón y Agua Bendita. La otra comunica hacia Isnos, desde aquí se puede llegar por un carretable sin pavimentar pasando por Ullucos, Paletará, Coconucos y Patico hasta llegar a Popayán.

3.4 Escala Meso - San Agustín – Área de Estudio - Casco Urbano

3.4.1 Sistema Ambiental

Figura 21

Sistema Ambiental



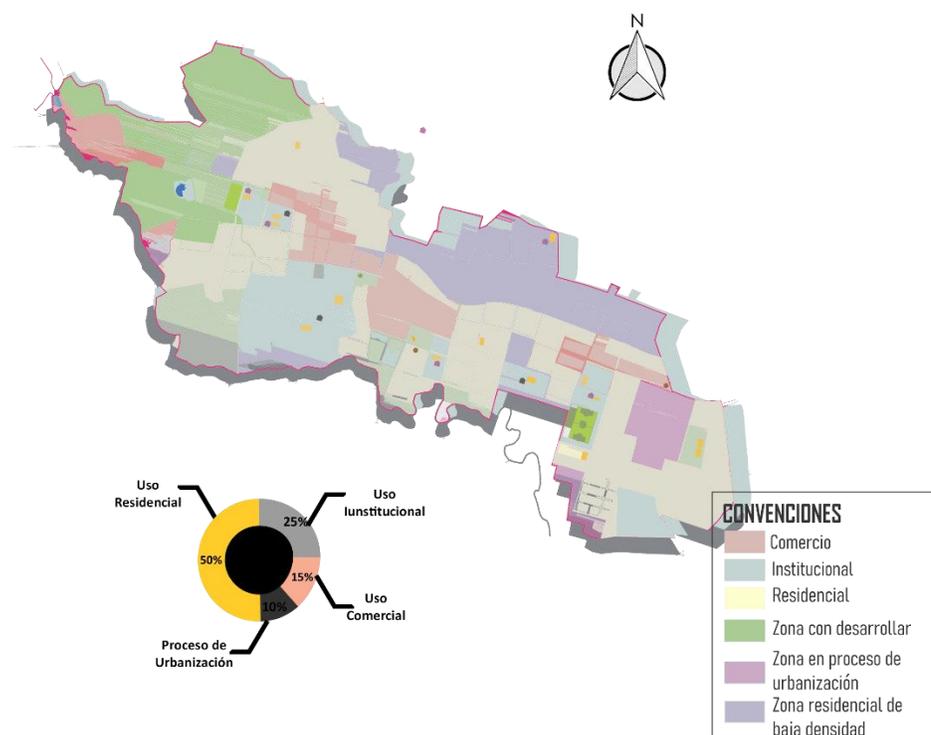
Nota. Análisis del Sistema Ambiental de San Agustín. Elaboración Propia.

El municipio de San Agustín posee una gran variedad de diversidad, el parque arqueológico de san Agustín y sus derivadas mesitas donde se aprecian los elementos arqueológicos del lugar, reservas ambientales, fuentes hídricas y senderos ecológicos que llevan a los diversos pueblos donde cada uno muestra su historia y cultura relacionada a los objetos antropomorfos de la zona.

3.4.2 Usos del Suelo

Figura 22

Usos del Suelo – Área de Intervención.



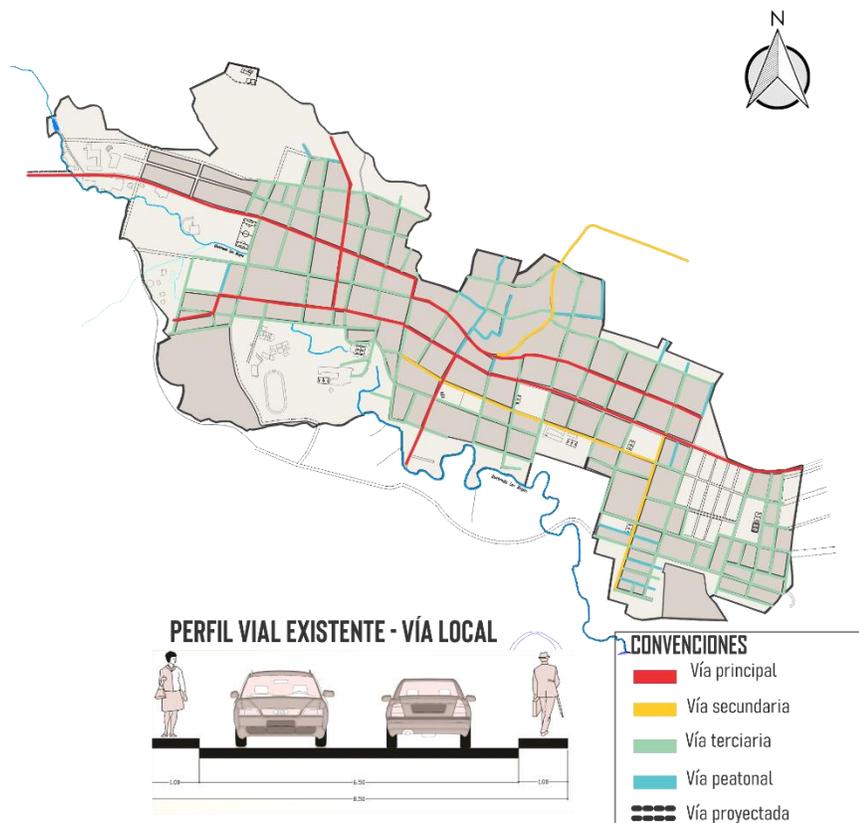
Nota. Análisis del Uso del Suelo de San Agustín. Elaboración Propia.

El municipio de san Agustín cuenta con un sistema de usos del suelo sencillo estas son organizadas mediante el PBOT el cual muestra un uso del suelo que se combina y se compensa el uno al otro, mediante el análisis de la proporción de usos, se aprecia que el 50% pertenece a un uso residencial, el 25% al uso institucional el 15% al uso comercial y el 10% está destinado al proceso de urbanización.

3.4.3 Sistema Vial

Figura 23

Sistema Vial – Área de Intervención



Nota. Análisis del Sistema Vial de San Agustín. Elaboración Propia.

El sistema vial de san Agustín se distribuye a partir de dos ejes principales que recorren el centro de la ciudad estas son la calle 3 y la calle cuarta, a partir de este empieza un proceso de ramificación de vías secundarias, locales y proyectadas, que le dan la formación reticulada a la ciudad el sistema de vías proyectadas se ubica sobre la zona que se destina al proceso de urbanización de esta manera se genera la trama urbana para esta zona.

Desde la cabecera municipal se desprende la carretera nacional que conduce a Sombrerillos, en este punto se bifurca desprendiéndose una vía hacia Isnos y la otra continua hacía La Portada y luego a Pitalito. Posterior al rio Sombrerillos se desprende un ramal al lado

derecho hacia la Vereda el Alto del Obispo y luego unos metros adelante otra vía para el Centro Poblado Los Cauchos. Esta red vial le permite al Municipio comunicarse a nivel departamental y nacional, ya que por la vía a la Pitalito se puede acceder a los departamentos del norte y sur de Colombia tales como Tolima, Putumayo y Nariño.

El Municipio de San Agustín cuenta con carreteras pavimentadas desde la capital para su acceso, hay transporte intermunicipal y su Municipio más cercano es Isnos y Pitalito, las carreteras para comunicarse con el área rural con sus veredas son destapadas y el acceso es en carro o moto.

3.4.4 Sistema Cultura - Turístico

Figura 24

Sistema Turístico Culturales De San Agustín



Nota. Análisis Del Sistema Turístico Cultural De San Agustín. Elaboración Propia.

Los rasgos peculiares que caracterizan el florecimiento de la cultura de San Agustín, entre tales como el gran desarrollo de la estatuaria lítica, la construcción de grandes terraplenes o, las tumbas revestidas con grandes lajas de piedra, algunas, las principales, cubiertas con montículos artificiales coronados con templetos funerarios, las fuentes ceremoniales labradas en la roca viva, reflejan una cultura de la prehistoria única, además de tener sitios de interés cultural como el museo precolombino y la iglesia nuestra señora de Lourdes hacen de San Agustín un municipio rico en historia arqueológica.

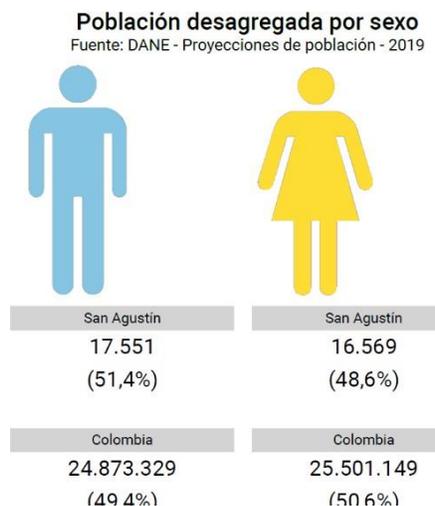
En cuanto al sector turístico, El Parque Arqueológico de San Agustín es uno de los lugares turísticos más visitados en el departamento del Huila, ya que cuenta con vestigios arqueológicos bastante extensos. Se encuentra ubicado entre los municipios de San Agustín e Ismos y es fácil de fácil acceso para visitarlo, existen diferentes excursiones desde Neiva y Pitalito.

No obstante el casco urbano de san Agustín cuenta con un circuito turístico el cual se destaca en dos tipos: **circuito turístico rural** y **circuito arquitectónico urbano** en el circuito rural se aprecia el parque arqueológico de san Agustín y sus derivadas mesitas donde se aprecian los elementos arqueológicos del lugar, reservas ambientales, fuentes hídricas y senderos ecológicos que llevan a los diversos pueblos donde cada uno muestra su historia y cultura relacionada a los objetos antropomorfos de la zona.

3.4.5 Dinámica Demográfica

Figura 25

Población de San Agustín por genero



Nota. Proyecciones de la población. Dane

El municipio de San Agustín cuenta con 33.517 habitantes. El 51,4% (17,551) de la población son hombres y el restante 48,6% (16.569) son mujeres.

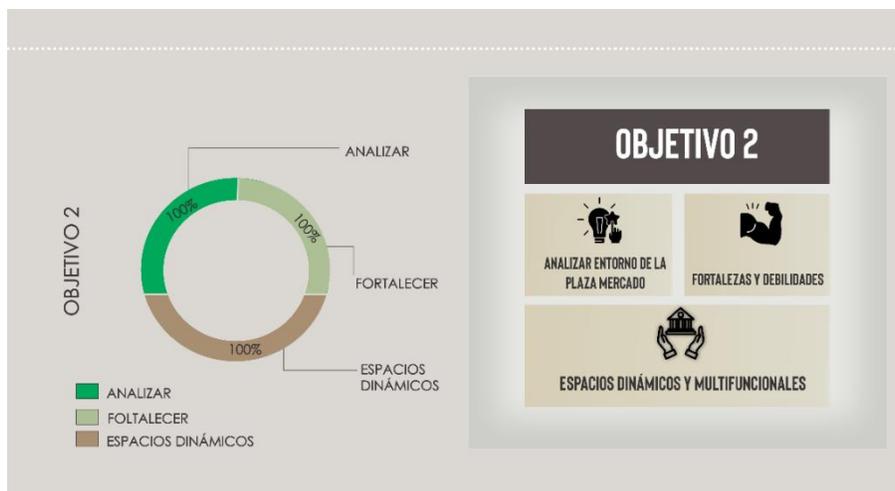
Densidad poblacional

El Municipio de San Agustín tiene un área de 1574 Km², en cuanto a la distribución por zonas, el 65% está localizado en área rural y el 35% en la cabecera Municipal, con una densidad aproximada de 21 habitantes por kilómetro cuadrado

Tabla 2*Análisis DOFA*

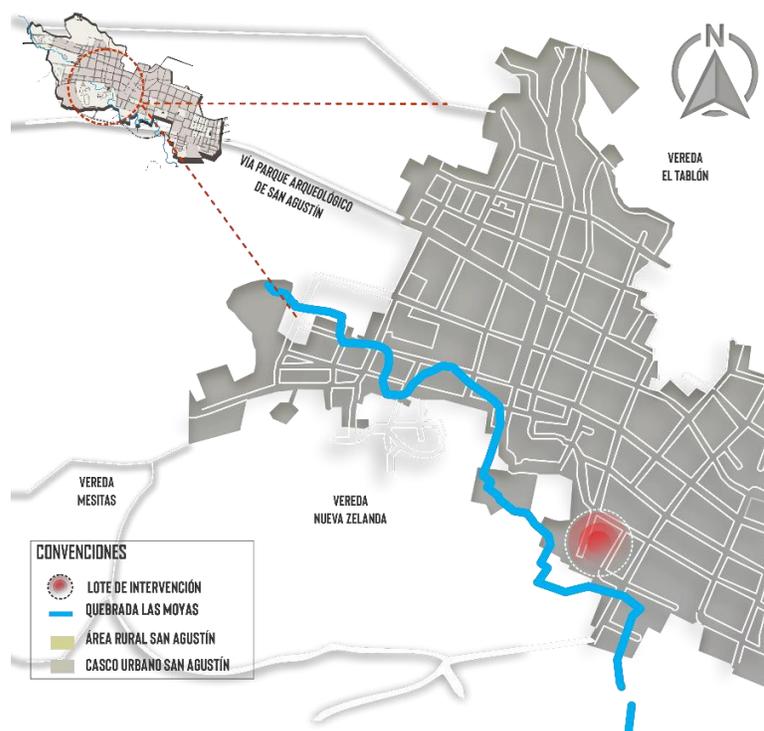
	Amenazas	Debilidades	Fortalezas	Oportunidades
Social	La población flotante en el municipio es considerable, debido a la variable actividad económica por temporadas. Espacios sociales menos íntegros para la población.	Deficiencia en equipamientos destinados a la educación y tecnificación en relación al turismo. La visita del turista a la región no es directamente para conocer y degustar la gastronomía, sino que su motivación principal está ligada a otros factores.	Es muy fuerte el músculo económico en relación al turismo por las ricas características culturales del municipio.	Suplir estas amenazas para fundamentar la población con equipamientos del alcance necesario.
Económico	El municipio depende mucho de la actividad hotelera y actividades sólo en relación con el turismo.	Falta de relaciones intersectoriales que potencian el desarrollo turístico y la economía del municipio.	El parque arqueológico de San Agustín atrae cada temporada gran cantidad de turistas.	Nuevas zonas de comercio de diferente uso al hotelero y turístico para la diversificación del mismo.
Ambiental	Deterioro por fenómenos climatológicos y pérdida del uso del suelo.	Sitios como parques y zonas verdes en mal estado.	Extensas zonas de protección Nacimiento del río Magdalena, el más importante del país.	Articulación e integración de espacios ambientales para lograr una adecuada convivencia con el medio ambiente. Propuesta de renovación de áreas verdes para la población.
Urbano	Zonas de protección y espacios urbanos en deterioro por parte de la misma población. Falta de espacios peatonales para la integridad de las personas en el municipio. La vía principal del municipio es doble calzada solamente una parte.	Deterioro de casa de estilo colonial como la casa de la cultura. Déficit de espacios en relación a la educación y muestra gastronómica.	Se encuentran numerosos sitios turísticos y culturales que atraen miles de turistas cada año. Estos espacios se pueden integrar entre sí para dar un mejor uso y aprovechamiento de las zonas.	Áreas urbanas para el libre esparcimiento y actividades culturales de la población local. Ampliación de la vía principal y recuperación del espacio público. Perfil vial nuevo con mixtura de usos, nuevas vías peatonales.

Nota. Matriz DOFA. Elaboración Propia.

Figura 26*Objetivo 2*

Nota. Desarrollo del objetivo 2. Elaboración Propia.

3.5 Escala Micro - Polígono De Intervención - Área De Influencia

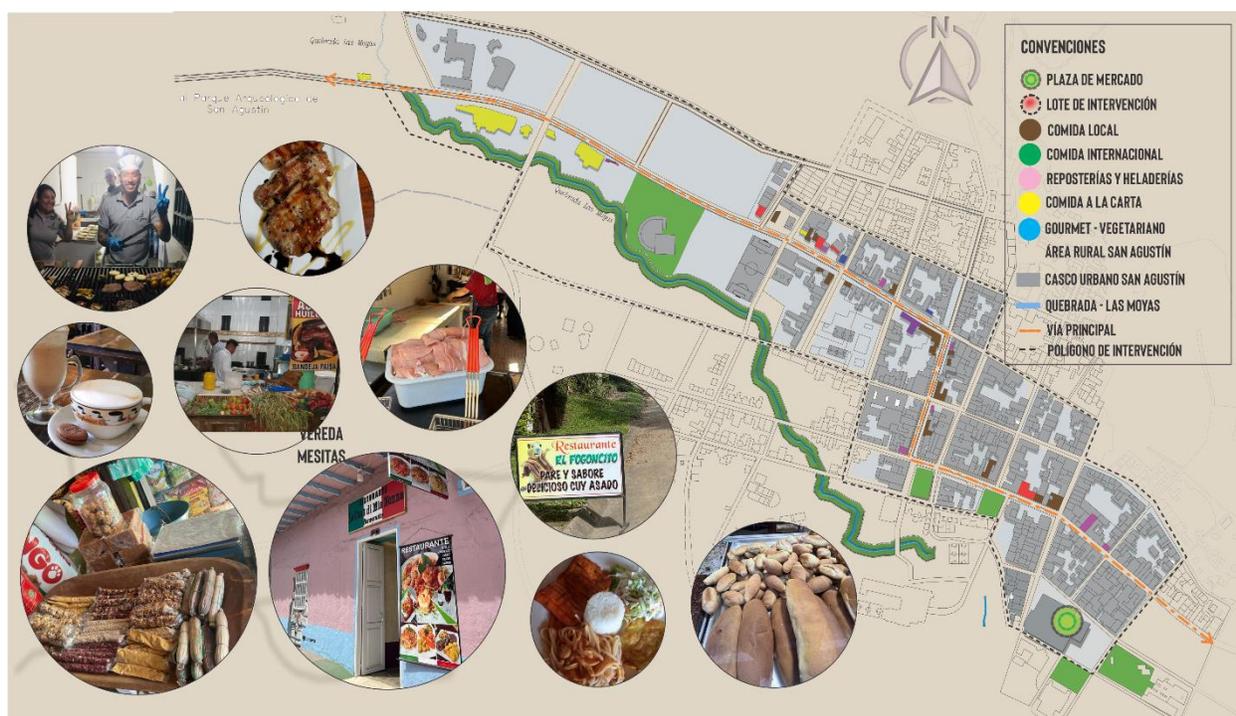
Figura 27*Polígono de Intervención*

Nota. Polígono de Intervención. Elaboración Propia.

El polígono de intervención se encuentra ubicado en el casco urbano de San Agustín, siendo este un espacio estratégicamente convergente en cuenta a los valores de la gastronomía, la cultura, la relación social entre infraestructura y el entorno.

Figura 28

Caracterización Zonas Con Vocación Gastronómicas Existentes



Nota. Muestra de la Caracterización Zonas Con Vocación Gastronómicas Existentes.

Elaboración Propia.

Para determinar el lote de intervención se realiza primero una categorización de las zonas con vocación gastronómicas, y su relación con el entorno, tomando como punto base principal la plaza de mercado, siendo un núcleo activador y catalizador socio-cultural.

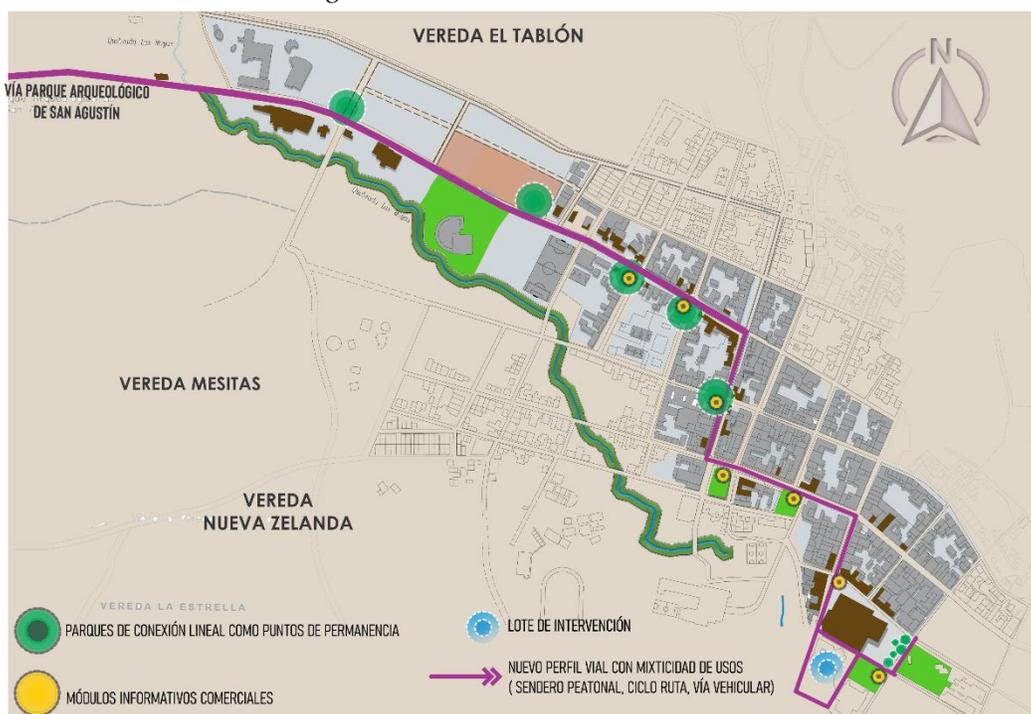
Los problemas que más visualizamos en el área de influencia es la falta de coherencia y de la correlación entre la población y la plaza de mercado, los residuos sólidos en el espacio público es un total deterioro ambiental y déficit de espacio público y de asilamiento barrial, ya que esto ocasiona una mala organización al entorno de la plaza de mercado y de la habitabilidad permanente.

Identificando un problema demás, como lo es el aislamiento barrial, influye en que la calle se convierte en la unidad básica del diseño y traslapando el resultado del análisis de flujos y enlaces urbanos que se trazan unos ejes para inyectar densidad poblacional y nuevos usos (Vivienda mixta, comercio alto impacto cultural), pero que no compitan, reemplacen en su totalidad o contra ataquen el uso principal (comercio).

3.5.2 Plano Síntesis De Estrategias – Área De Influencia

Figura 31

Plano Síntesis De Estrategias.



Nota. Plano síntesis de estrategias en el área de influencia. Elaboración Propia.

Las principales estrategias que se tuvieron en cuenta para el área de influencia, es acerca de la localización estratégica con infraestructura como nodos conectores de impulso, el valor a la plaza de mercado como un núcleo activador, la articulación e integración de espacios ambientales y la revitalización del sector con nuevas dinámicas.

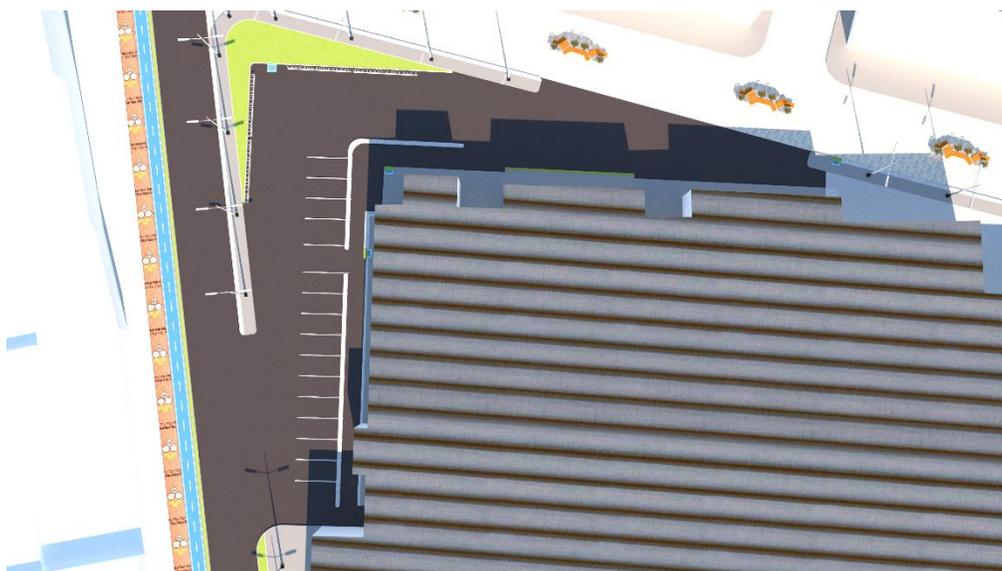
La situación actual de la Plaza de mercado de Paloquemao actualmente es un organismo aislado de las dinámicas locales, se comporta como un espacio autónomo, con dinámicas independientes al territorio, el sector se encuentra en un sector con desconexión de su actual, lo cual genera que la situación deseada que se lograra a través de la propuesta es convertir la plaza de Paloquemao como un escenario de convergencia social articulado con el territorio que actúe como un núcleo activador de dinámicas que reúna y a traiga los flujos de los nodos aledaños a él, con el fin de revitalizar el sector a través de la gastronomía como eje vertebral de la propuesta.

3.5.3 Propuesta Urbana

Propuesta Entorno A La Plaza De Mercado

Figura 32

Propuesta Entorno A La Plaza De Mercado





Nota. Visualización de la propuesta entorno a la plaza de mercado. Elaboración Propia.

3.5.4 Mejoramiento De La Plaza De Mercado:

Se plantea un esquema básico de intervención urbana en un mejoramiento del entorno de la plaza de Mercado de San Agustín generando nuevos usos, escenarios de convergencia social articulando el municipio para así la plaza de mercado actúe como un núcleo activador de dinámica con el fin de revitalizar el sector a través de la gastronomía.

3.5.5 Movilidad Urbana

Como eje principal se encuentra la calle 3, calle 4 y calle 5 en donde se propone un perfil vial con mixticidad de usos logrando conectar los puntos gastronómicos existente que encuentra a lo largo de este eje convirtiendo así un circuito vial que conecta la plaza de Mercado, parque Simón Bolívar, la plaza cocida y un parque recreacional y por último el parque arqueológico san Agustín.

Figura 33

Movilidad Urbana

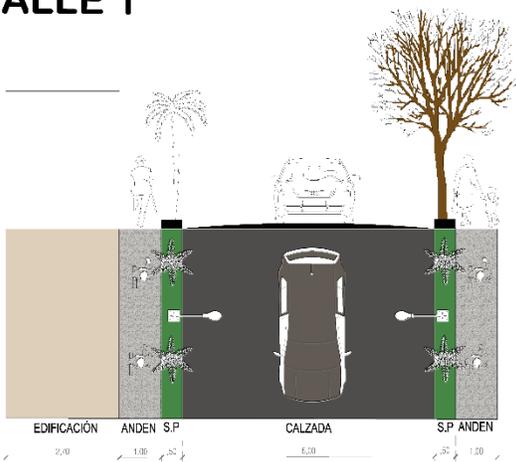


Nota. Visualización de la movilidad urbana. Elaboración Propia.

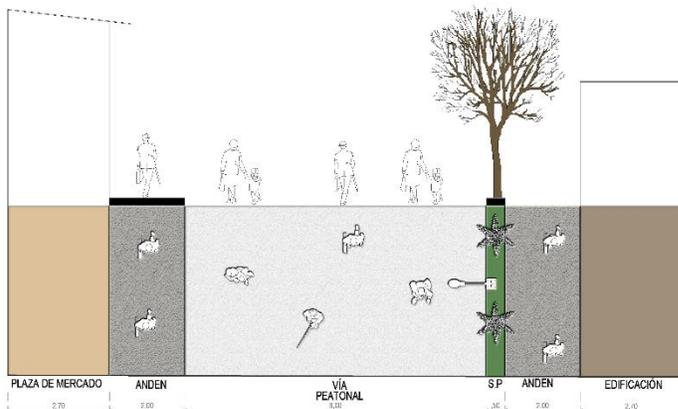
Figura 34

Perfil Vial Propuesto

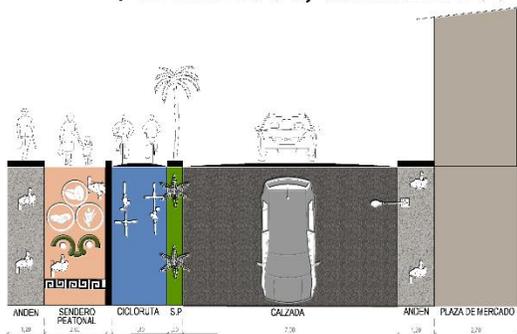
**PERFIL VIAL
CARRERA 11, CALLE 1 SUR,
CALLE 1**



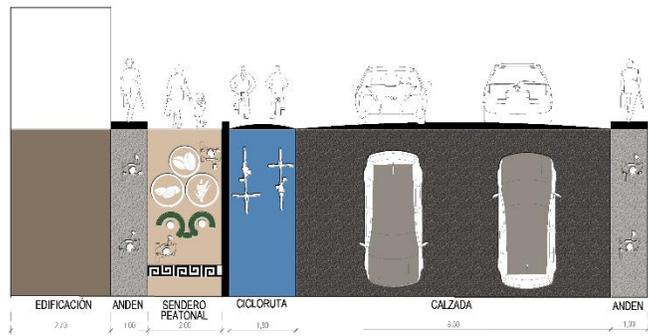
PERFIL VIAL - CALLE 2



**PERFIL VIAL 1
CALLE 1A, CARRERA 8, CARRERA 11**



PERFIL VIAL - CALLE 5



Nota. Visualización de los perfiles viales propuestos. Elaboración Propia.

Figura 35

Perfil Urbano

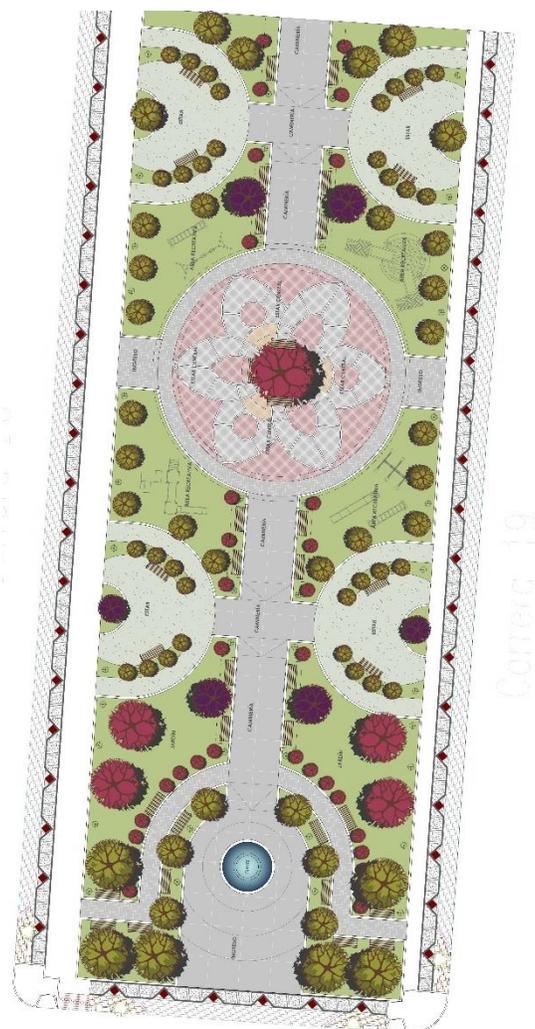


Nota. Visualización de los perfiles urbanos propuestos. Elaboración Propia

Se propone un parque recreacional en donde esté compensa en un 35% el déficit de espacio público

Figura 36

Parque Recreacional

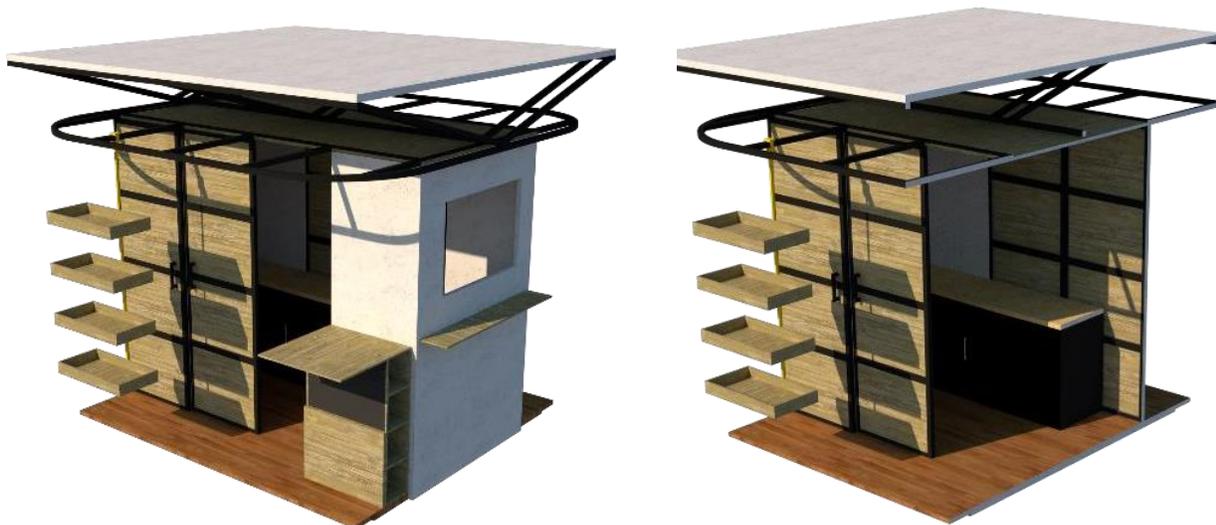


Nota. Visualización del parque recreacional. Elaboración Propia

Mobiliario Urbano

Figura 37

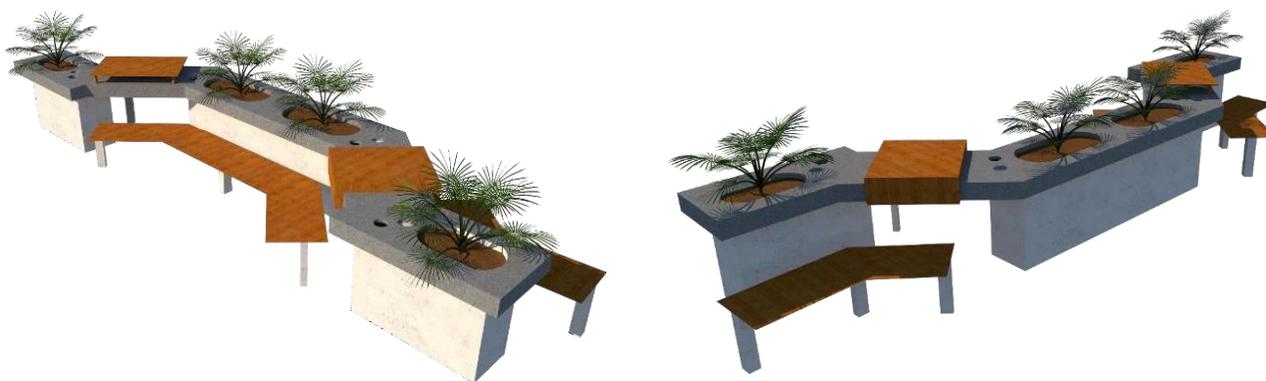
Módulo Comercial



Nota. Visualización del módulo comercial. Elaboración Propia

Figura 38

Bancas



Nota. Visualización de las bancas. Elaboración Propia

Figura 39

Paradero de Autobús



Nota. Visualización del paradero de autobús. Elaboración Propia

4. CAPÍTULO IV: Resultado y Análisis de Resultados

4.1 Implantación del Proyecto Puntual

Figura 40

Implantación del Proyecto

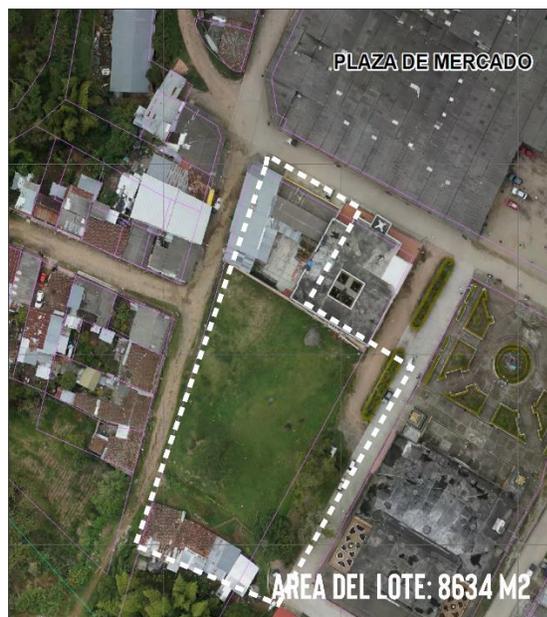


Nota. Visualización de la implantación del proyecto. Elaboración Propia

4.2 Normativa Lote de Intervención

Figura 41

Normativa del Lote



UNIDAD ZACC	NOMBRE ZONA DE ACTIVIDAD COMERCIAL CONSOLIDADA DESCRIPCION			FICHA NORMATIVA 05
Se consideran áreas de actividad comercial consolidadas las destinadas principalmente al comercio y que ya cumplieron el ciclo de construcción.				
USO PRINCIPAL	USO COMPLEMENTARIO	USO CONDICIONADO	USO PROHIBIDO	
Comercio Local	Servicio Zonal, Local 1,2,3,4	Residencial tipo 1,2,3,4	Comercio de alto Impacto	
Comercio Zonal	Institucional Local	Zonal Industria Intermedia	Industria de alto Impacto	
Comercio de Moderado Impacto	Industria Liviana			
FRENTE MINIMO LOTE	6 m	AREA MINIMALOTE	72 m ²	
DENSIDAD MAXIMA	70 Viviendas/Ha	ANTEJARDIN	1,5 m para construcciones nuevas	
INDICE MAXIMO DE OCUPACION	0.75	INDICE MAXIMO DE CONSTRUCCION	1.92	
Altura Máxima	un Piso	5 m a cumbre o 3.0 m si es rematado con placa.		
	Dos Pisos	8 m a cumbre o 5 metros si es rematado con placa.		
	Dos Pisos y altillo	11 m a cumbre o 9 metros cuando es rematado con placa.		
CESIONES TIPO A (sobre el área Neta urbanizable)				
PARA VIAS	PARA EQUIPAMIENTO COLECTIVOS	PARA PARQUES Y ZONAS VERDES		
0%	0%	0%		
No se aplican porcentajes, por cada 72 m ² se debe pagar el equivalente a 0.5 salarios mínimos mensuales en compensación de las cesiones tipo A, que el municipio invertirá para adquisición, adecuación y/o mantenimiento de vías, equipamientos colectivos, parques y zonas verdes.				
CESIONES TIPO B				
Área	No aplica			

Nota. Visualización de la normativa del lote a intervenir. Elaboración Propia

4.3 Implantación y Normativa Aplicada

Figura 42

Implantación Y La Normativa Aplicada



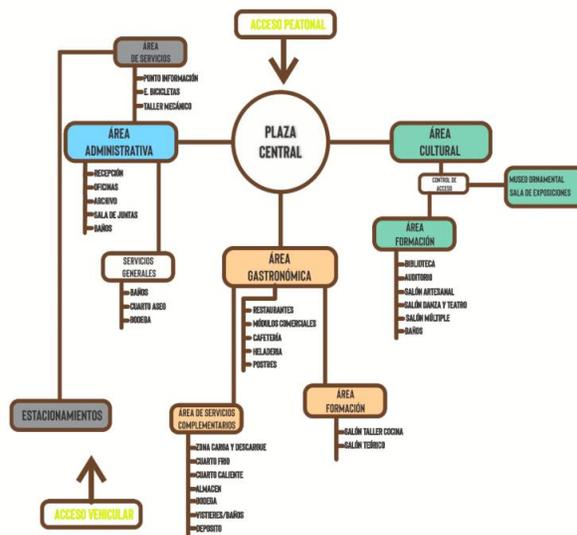
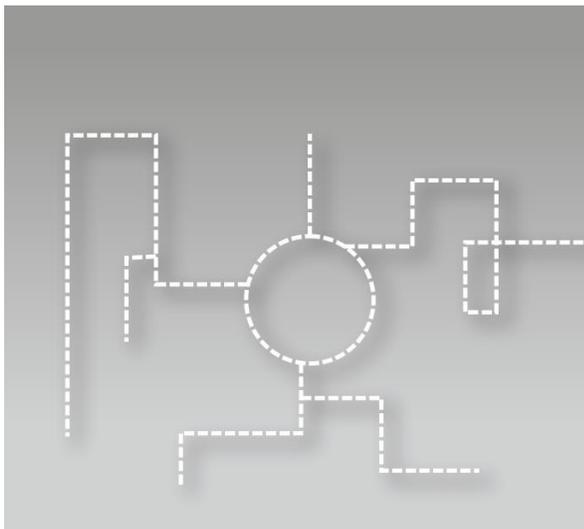
PARÁMETROS	ACUERDO 009 - 2013 PBOU	PROYECTO
UBICACIÓN DEL LOTE	MUNICIPIO DE SAN AGUSTÍN	COMERCIAL CONSOLIDADO
ÁREA MÍNIMA	72 M ²	8,634 M ²
CESIÓN TIPO A	NO APLICA	NO APLICA
CESIÓN TIPO B	NO APLICA	NO APLICA
ÁREA DE PROTECCIÓN	20%	20 M
INDICE DE OCUPACIÓN	0.75%	0.27%
INDICE DE CONSTRUCCIÓN	1.92%	0.17%
ÁREA PRIMERO PISO		1562 M ²
ÁREA CONSTRUIDA TOTAL		2,660 M ²
PARQUEADEROS	12 M ² POR CADA 50 M ² CONSTRUIDOS	1426 M ² PARA PARQUEADEROS

Nota. Visualización de la normativa aplicada en la implantación. Elaboración Propia

4.4 Organigrama De La Propuesta

Figura 43

Organigrama De La Propuesta

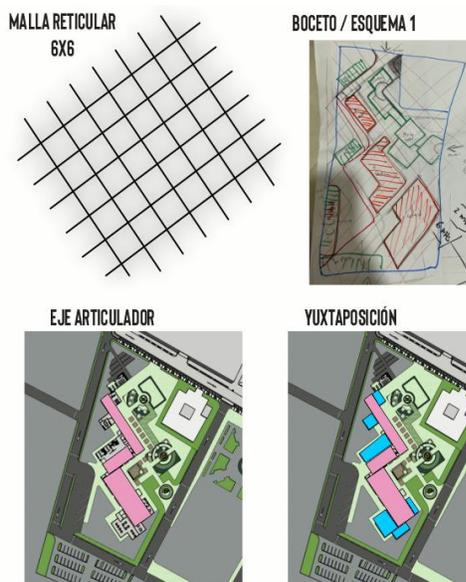


Nota. Visualización de la normativa aplicada en la implantación. Elaboración Propia

4.5 Criterio de Diseño

Figura 44

Criterios de Diseño



Nota. Visualización de la normativa aplicada en la implantación. Elaboración Propia

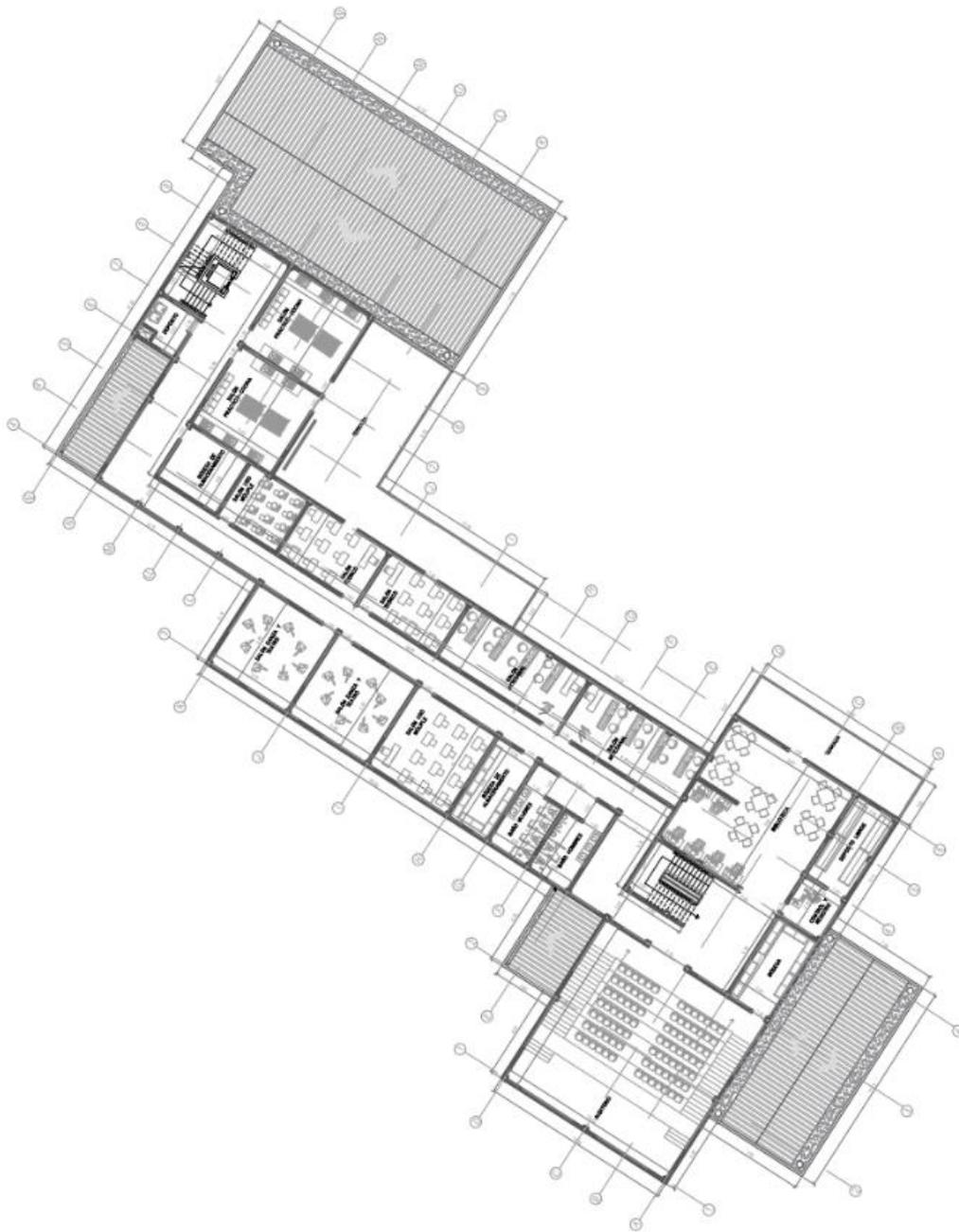
4.6 Planimetría Técnica

Figura 45

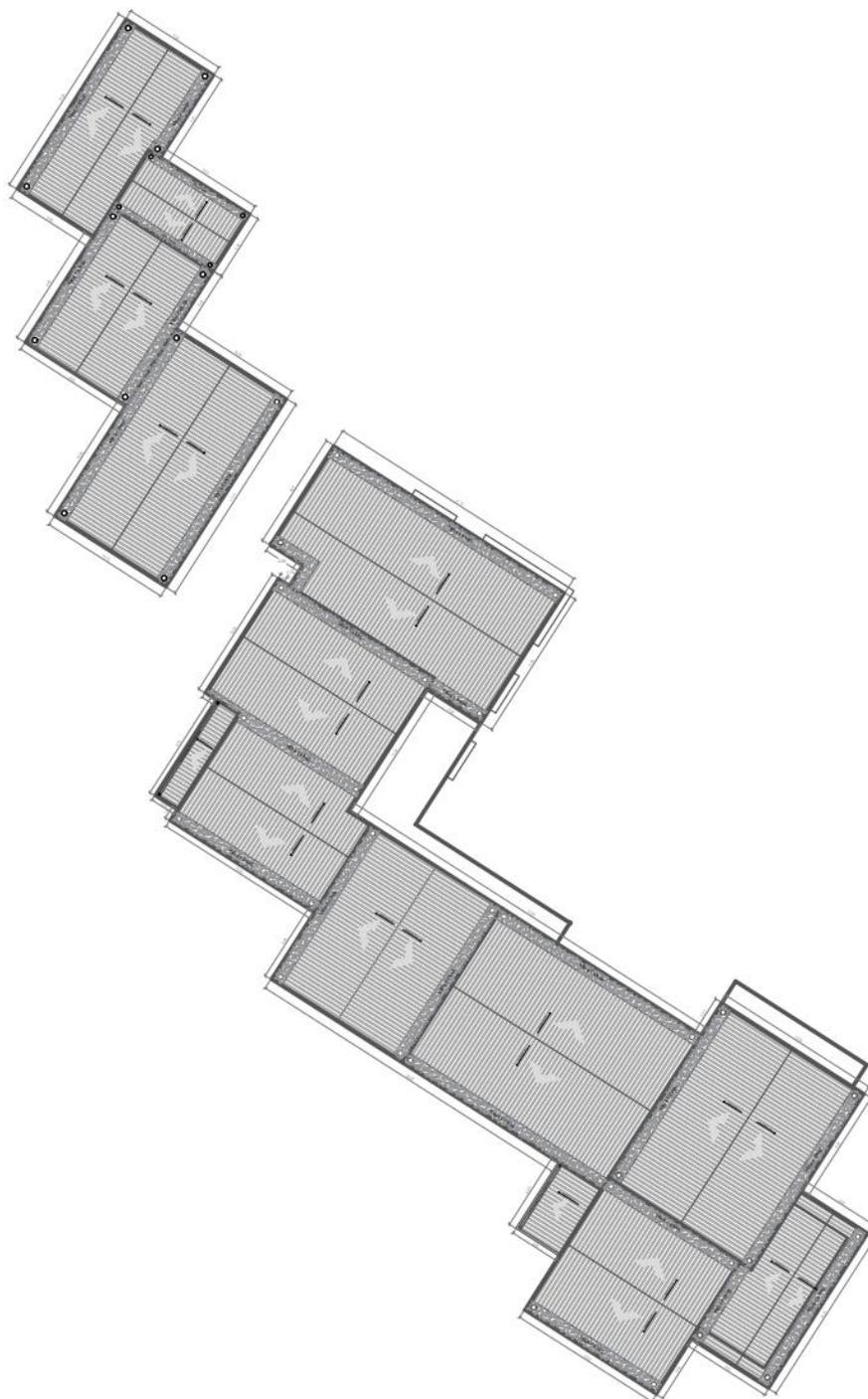
Implantación Proyecto



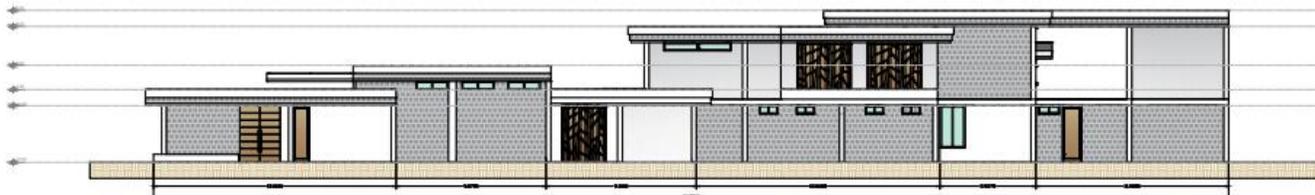
Nota. Visualización de la implantación del proyecto. Elaboración Propia

Figura 46*Segunda Planta*

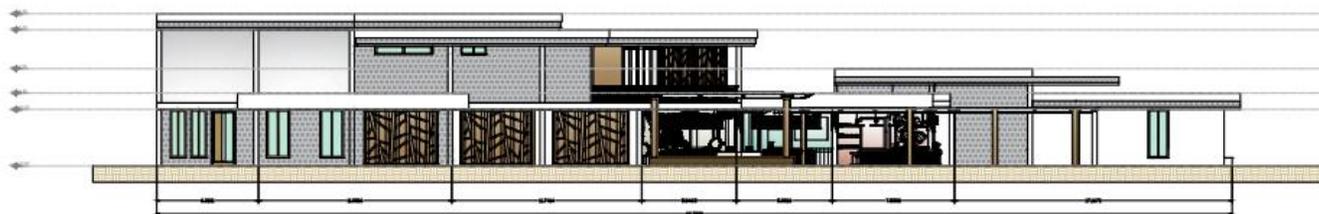
Nota. Planimetría segunda planta del proyecto. Elaboración Propia

Figura 47*Plano Cubierta*

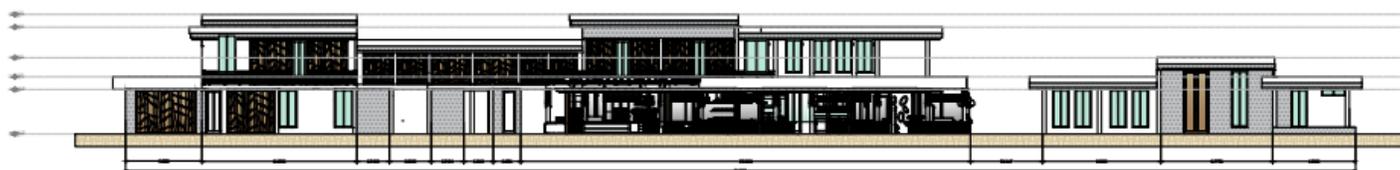
Nota. Planimetría cubierta del proyecto. Elaboración Propia

Figura 48*Fachada Transversal*

Nota. Planimetría fachada transversal del proyecto. Elaboración Propia

Figura 49*Fachada Longitudinal 1*

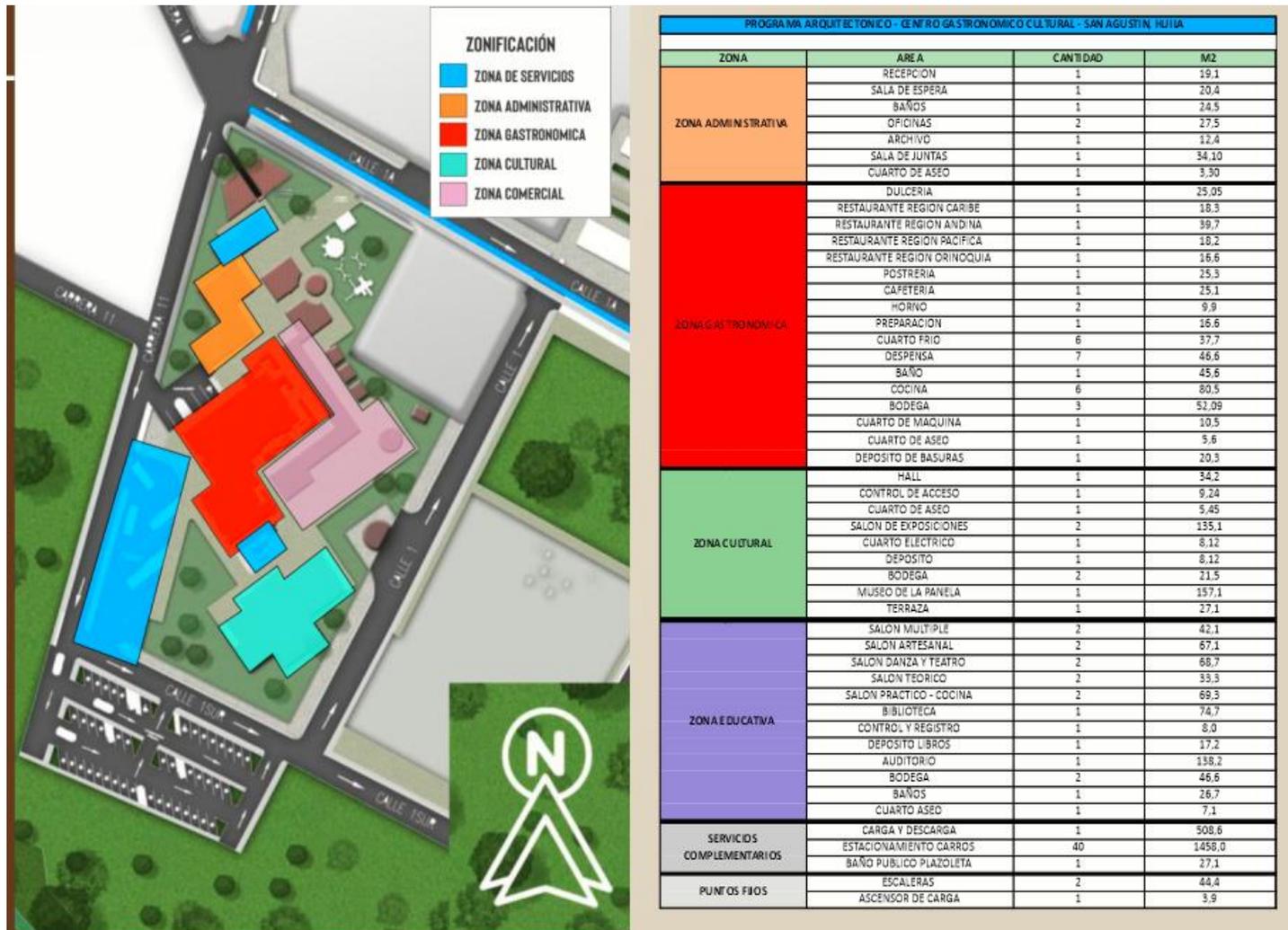
Nota. Planimetría fachada longitudinal 1 del proyecto. Elaboración Propia

Figura 50*Fachada Longitudinal 2*

Nota. Planimetría fachada longitudinal 2 del proyecto. Elaboración Propia

Figura 51

Programa Arquitectónico



Nota. Programa arquitectónico del proyecto. Elaboración Propia

Figura 52

Render









Nota. Visualización de las zonas diseñadas en el proyecto puntual. Elaboración Propia

5. CAPÍTULO V: Marco Metodológico

La metodología que realizo para poder llevar el proyecto a cabo y ejecutarlo de una forma ordenada fue mediante una metodología de objetivos, es decir, que con cada uno de los objetivos específicos se implementaron actividades, recursos y técnicas.

Tabla 3

Metodología de Objetivos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TÉCNICA
Realizar el diagnóstico urbano regional determinando las dinámicas territoriales con base a los factores sociales, económicos, urbanos y ambientales del municipio de San Agustín - Huila.	Describir las problemáticas y potencialidades de las relaciones tanto estáticas como dinámicas con base a los niveles macro, meso y micro.	Revisión documental Matriz DOFA Cartografía	Páginas WEB. Informes estadísticos, gráficos, tablas, figuras, mapas POT, EOT, PDT.
	Identificar los factores económicos, sociales, ambientales y urbanos por medio de una DOFA.	Revisión documental Matriz DOFA Cartografía	Páginas WEB. Informes estadísticos, gráficos, tablas, figuras, mapas POT, EOT, PDT.
	Ejecutar las problemáticas vs las estrategias encontradas para implementar en el proyecto.	Matriz Comparativa Cartografía	Documento Word. Corel Draw, fotografías, gráficos, tablas
	Desarrollar el polígono de intervención por medio de la cartografía presentada.	Revisión desde Google Maps y desarrollo en Corel Draw.	Páginas WEB y programa Corel Draw, fotografías, tablas, gráficos
Revitalizar el contexto urbano de la plaza de mercado a través de escenarios de convergencia social para fortalecer las dinámicas del sector.	Analizar el entorno de la plaza de mercado de San Agustín.	Observación directa	Visita de campo al polígono de intervención.
	Describir las fortalezas y debilidades que se presenta actualmente alrededor de la plaza de mercado.		
	Generar espacios multifuncionales y serviciales que pongan en valor la relación de la plaza de mercado con el centro gastronómico cultural	Fotografías	
Desarrollar espacios arquitectónicos con énfasis gastronómico y cultural que vincule a la población local y visitantes, promoviendo la gastronomía típica en el municipio de San Agustín - Huila.	Estudiar las determinantes físicas de la zona de estudio (lote). El diseño, concepto o filosofía. Programa arquitectónico, zonificaciones y la funcionalidad que tendrá el centro tomando en cuenta los referentes estudiados.	Bocetos de diseño Referentes de diseño Fotografías Rosa de los vientos, posición del sol, estudio de la topografía y fitotectura existente y la que propuesta.	Desarrollo a mano alzada, AutoCAD
	Modelar la propuesta puntual (centro gastronómico cultural).	Modelado 3D Sketchup 2021	
	Renderizado de la propuesta puntual	Renderizado en Twinmotion y/u Lumion.	Programas y computadora profesional.
	video render del centro gastronómico cultural y su funcionalidad	Video en Lumion	Programas digitales

Nota. Descripción de la metodología de los tres objetivos específicos. Elaboración propia

6. CAPÍTULO VI: Conclusiones

6.1 Conclusiones

Con el presente estudio queda demostrado que más allá de que la gastronomía muchas veces no es considerada como un atractivo turístico primario, en algunos destinos asume esa función; y en los modelos elaborados en términos académicos, la gastronomía no deberá ser olvidada porque es un atractivo a ser tenido en cuenta.

La vocación cultural y gastronómica de la zona fue la clave para el desarrollo del equipamiento, el vínculo con la plaza de mercado y los puntos gastronómicos entre todos conforman un eje articulador que permite dar la jerarquía necesaria a la gastronomía.

Fue fundamental entender que el proyecto debe funcionar como una unidad, no como tres proyectos distintos, es decir que el Centro gastronómico cultural, la plaza de mercado y los puntos gastronómicos existentes actúen como una unidad.

Es importante destacar que el proyecto fue analizado respecto a su entorno y a la historia que tiene todo el municipio. Por esta razón se desarrolla dentro del estilo colonial y materiales que manejan el municipio para su identidad.

En conclusión, el proyecto ha logrado cumplir sus objetivos, es un proyecto que a pesar de su tamaño y de su complejidad se logró resolverlo de una forma muy simple con estrategias claras que responden directamente a la necesidad que se encuentra actualmente en el municipio de San Agustín.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda brindar a la Cultura Gastronómica mejores oportunidades de desarrollo, que se enfoque en la tradición huilense, esto favorecería al turismo y economía local, además de mejorar la calidad de los espacios públicos. Este ejemplo se puede desarrollar en todo el País, por la diversidad de platos, productos y preparaciones existentes en el País.

En lo que respecta al destino estudiado se observa una profunda relación entre la gastronomía y el turismo, incluso se puede mencionar que la misma es un poco excesiva ya que casi todo el turismo del municipio depende de este recurso. Esta dependencia es económica, porque como se mencionó, el área de los restaurantes emplea una parte importante de los recursos humanos del municipio.

Se debería realizar un Plan Estratégico para el turismo bajo la perspectiva del desarrollo sustentable que contemple apostar a otros productos y que procure mejorar la oferta en el área de la gastronomía, en especial en lo que respecta a la certificación, calificación de recursos humanos

Bibliografía

- Colombia, E. t. (2013). *El mercado de Paloquemao – Bogotá Colombia*. Obtenido de Colombia Travel & Vacation Group: <https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/turismo-en-bogota/mercado-paloquemao-bogota-colombia/>
- Economista, E. (03 de Octubre de 2017). *Los mejores edificios de España (VII): El Mercat de Santa Caterina, una tormenta multicolor*. Obtenido de El Economista: <https://www.economista.es/economia/noticias/8648972/10/17/Los-mejores-edificios-de-Espana-VII-El-Mercat-de-Santa-Caterina-una-tormenta-multicolor.html>
- Sueskun, C. (23 de Agosto de 2011). *Plaza de Mercado de Paloquemao, Bogotá Colombia*. Obtenido de 360 Cities: <https://www.360cities.net/image/plaza-de-mercado-de-paloquemao-bogot-colombia>
- WikiArquitectura. (Julio de 2017). *Mercado Santa Caterina*. Obtenido de WikiArquitectura: <https://es.wikiarquitectura.com/edificio/mercado-santa-catarina/>