

Propuesta de una guía para la creación de una Feria Gastronómica En Sesquilé^{1*}

[Artículos]

*Maria Alejandra Verano Aponte^{2**}*

*Juan David Camacho Torres^{3***}*

Jhonatan David Garcia Caicedo⁴

Helga Ofelia Dworaczek Conde⁵

Resumen

El artículo “Propuesta de una guía para la creación de una Feria Gastronómica en Sesquilé” tiene como propósito diseñar una estrategia para visibilizar la riqueza culinaria de Sesquilé, Cundinamarca, a través de una feria gastronómica. Esta iniciativa busca fortalecer la identidad cultural local y fomentar el desarrollo turístico y económico del municipio. La investigación adopta como marco teórico los planteamientos de Richard Florida, en su obra *The Rise of the Creative Class* y Pierre Bourdieu, en su teoría del "capital cultural" presentada en *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*.

El contenido destaca la importancia de la gastronomía como patrimonio cultural y su impacto en la economía regional. A pesar de contar con una oferta culinaria diversa y representativa de la cultura muisca, solo el 15%

¹planificación y desarrollo de una guía metodológica para la implementación de ferias gastronómicas en municipios con potencial cultural y turístico, como Sesquilé.

^{2**} Filiación institucional. Correo electrónico: maraverano@usantotomas.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7029-407X>

^{3***} Filiación institucional. Correo electrónico: juancamachot@usantotomas.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2310-6649>

^{4***} Filiación institucional. Correo electrónico: jhonatangarcia@usantotomas.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0221-9475>

^{5***} Filiación institucional. Correo electrónico: helgadworaczek@usta.edu.co ; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2094-3252>

de los turistas reconocen a Sesquilé como un destino gastronómico. La propuesta incluye la caracterización de los platos típicos locales, como el cordero sesquileño y la papa en salmuera, así como la planificación y promoción del evento. Se plantean alianzas estratégicas con entidades gubernamentales, la comunidad local y el sector privado para asegurar el éxito y sostenibilidad de la feria.

La creación de esta feria gastronómica pretende posicionar a Sesquilé como un referente culinario en Colombia, fortaleciendo su identidad cultural y promoviendo el turismo. La guía propuesta servirá como un modelo replicable para otros municipios, contribuyendo al desarrollo económico local y resaltando el valor del patrimonio gastronómico regional.

Palabras clave: Gastronomía, Patrimonio Cultural, Feria Gastronómica, Turismo Creativo, Identidad Local

Clasificación JEL: L84,

Introducción

La industria creativa y cultural comprende actividades económicas basadas en la creación, producción y comercialización de bienes y servicios que tienen un valor cultural, artístico o patrimonial. Incluye sectores como las artes, el cine, la música, la gastronomía, el diseño y el turismo cultural. Su surgimiento moderno se remonta a la década de 1990 en el Reino Unido, cuando se reconoció la creatividad como un motor de desarrollo económico. Este concepto fue fortalecido por la UNESCO en 2005, destacando la cultura como un pilar fundamental para la sostenibilidad y la diversidad global.

Actualmente, estas industrias representan aproximadamente el 3% del PIB mundial y generan más de 30 millones de empleos. Contribuyen significativamente a la economía del conocimiento, fomentando la innovación, el emprendimiento y el desarrollo social. Además, impulsan

sectores relacionados como el turismo, con el 40% de los viajeros interesados en experiencias culturales. En países en desarrollo, la promoción de la industria cultural no solo diversifica la economía, sino que también fortalece la identidad local y la cohesión comunitaria, consolidándose como un motor clave del crecimiento sostenible.

Las ferias gastronómicas son eventos que promueven la gastronomía local, reuniendo a productores, chefs y amantes de la cocina para exhibir, degustar y comercializar alimentos y bebidas típicas. Surgieron de antiguas celebraciones y mercados agrícolas, donde las comunidades compartían sus productos y tradiciones culinarias. Con el tiempo, se han convertido en espacios culturales que destacan la identidad gastronómica de una región.

Estas ferias se caracterizan por su diversidad culinaria, la participación de la comunidad local y actividades complementarias como demostraciones, catas y talleres. Son exitosas para el turismo porque ofrecen experiencias auténticas que conectan a los visitantes con la cultura local, generando un fuerte vínculo emocional con el destino. Además, apoyan el turismo sostenible, promoviendo el consumo de productos locales y la preservación de tradiciones. Según la Organización Mundial del Turismo, la gastronomía influye en el 80% de los turistas, convirtiendo a las ferias gastronómicas en una herramienta clave para el desarrollo económico y la promoción cultural.

La gastronomía es una parte fundamental de la industria cultural porque refleja la identidad, las tradiciones y la historia de una comunidad. A través de los alimentos, una región puede contar su historia, compartir sus valores y preservar su patrimonio cultural. Además, la gastronomía no solo involucra la preparación de los alimentos, sino también las prácticas, rituales y conocimientos relacionados con la producción y consumo de

comida. Por ello, se considera un patrimonio cultural inmaterial que conecta a las personas con su entorno, generando un sentido de pertenencia y orgullo.

Por otro lado, la gastronomía es una parte esencial del turismo porque ofrece a los viajeros una manera única de experimentar un destino a través de los sabores y las tradiciones culinarias locales. Los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas, y la comida es una de las formas más directas de conectar con una cultura. La gastronomía influye en la elección del destino, ya que muchos viajeros eligen sus lugares de visita según la reputación culinaria, las festividades gastronómicas o las experiencias culinarias exclusivas que ofrecen. Así, la gastronomía se ha convertido en un motor importante del turismo, contribuyendo al desarrollo económico y cultural de las regiones.

Según el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT), la promoción de la gastronomía en Sesquilé forma parte de la estrategia "Pueblos Dorados", una iniciativa que busca integrar municipios destacados en la oferta turística nacional, resaltando sus tradiciones culinarias, artesanías y paisajes únicos. Recientes encuentros de cocineros de la región han subrayado la necesidad de visibilizar la riqueza culinaria local a través de ferias gastronómicas, lo que fomenta la economía circular y la cohesión comunitaria. Este enfoque no solo valora el patrimonio cultural inmaterial, sino que también impulsa la sostenibilidad económica de pequeños productores locales (Museo Campesino, 2022)

La gastronomía es una de las expresiones culturales más auténticas y significativas de una región, refleja su historia, tradiciones y valores. En este contexto, el municipio de Sesquilé, ubicado en Cundinamarca, posee una riqueza culinaria que aún no ha alcanzado la visibilidad que merece dentro del panorama nacional. A pesar de su variedad de platos típicos y

tradiciones culinarias. Esta falta de visibilidad representa una oportunidad perdida para el desarrollo económico, cultural y turístico del municipio.

La organización de una feria gastronómica en Sesquilé surge como una estrategia clave para posicionar la comida típica local dentro de la industria cultural creativa de Colombia. Este tipo de eventos no solo promueven la diversidad culinaria, sino que también contribuyen al fortalecimiento de la identidad cultural y al impulso económico de la región. Una feria gastronómica bien organizada tiene el potencial de atraer turistas, crear nuevas oportunidades de negocio para los productores locales y destacar a Sesquilé como un destino atractivo en el mapa gastronómico del país.

La gastronomía de Sesquilé, es un reflejo auténtico de la cultura muisca y las tradiciones locales, con platos típicos que incluyen preparaciones como el cordero sesquileño, la papa en salmuera y postres autóctonos. Estos elementos no solo constituyen una expresión de identidad, sino que representan una oportunidad para posicionar al municipio en el ámbito turístico gastronómico colombiano (Revista Diners, 2023)

El proyecto tiene como objetivo proponer una guía integral para la implementación de esta feria, abordando todos los aspectos necesarios, desde la caracterización de la gastronomía local hasta la planificación logística y la promoción del evento. A través de este esfuerzo, se busca crear un modelo replicable que pueda ser implementado en otros municipios, contribuyendo así al fortalecimiento de la industria cultural y creativa en Colombia. Además, esta iniciativa tiene el potencial de convertir a Sesquilé en un referente nacional en turismo gastronómico, alineándose con las tendencias globales de valorización del patrimonio cultural y la sostenibilidad.

Planteamiento del problema

La riqueza gastronómica de Sesquilé ha tenido poca visibilidad a nivel nacional, con solo un 15% de los turistas reconociéndolo como un destino gastronómico, en contraste con regiones como Antioquia y Valle del Cauca, donde esta cifra supera el 60% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022). Además, el 75% de los municipios vecinos han implementado iniciativas similares que han demostrado aumentar el turismo (Encuesta de Percepción Turística de Colombia, 2023). Sin un evento que promueva su gastronomía, Sesquilé perderá oportunidades clave de crecimiento económico, turístico y cultural, dado que se estima que los eventos gastronómicos pueden incrementar el turismo local en hasta un 30% en los municipios que los han adoptado (Asociación Colombiana de Gastronomía, 2021).

Objetivos

El objetivo de este proyecto es proponer una guía para la implementación de una feria gastronómica en Sesquilé, con el propósito de orientar al municipio en el fortalecimiento de la industria cultural y creativa de Colombia, destacando su potencial en el sector gastronómico. Para lograrlo, se busca caracterizar la gastronomía local, identificando sus principales atributos y áreas de mejora que faciliten la planificación de la feria, así como determinar los elementos significativos de la industria cultural y creativa del país que puedan potenciar el desarrollo gastronómico en Sesquilé, promoviendo su integración en esta iniciativa.

Marco Teórico

Richard Florida, en su obra *The Rise of the Creative Class*, introduce el concepto de la "clase creativa", un grupo de profesionales cuyo trabajo se

basa en la creatividad y la innovación, desempeñando un papel clave en el desarrollo económico y social. Florida argumenta que las ciudades y regiones que fomentan una economía creativa, que abarca desde las artes hasta la gastronomía, tienden a ser más prósperas (Florida, 2002). En el contexto de tu investigación, la propuesta de una feria gastronómica en Sesquilé puede estar alineada con la promoción de la identidad cultural local, transformando la gastronomía en un elemento central de la industria cultural creativa, y generando desarrollo económico y social mediante la creación de una experiencia turística creativa.

Pierre Bourdieu, en su teoría del "capital cultural" presentada en *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, señala cómo el conocimiento, las prácticas y las tradiciones son elementos clave en la formación de identidades sociales. Bourdieu sostiene que el capital cultural tiene un valor en la sociedad que puede ser transmitido, legitimado y aprovechado para el desarrollo de comunidades. En tu investigación, el concepto de capital cultural puede aplicarse para resaltar la importancia de preservar y promover las prácticas gastronómicas tradicionales de Sesquilé, fomentando un sentido de pertenencia y fortaleciendo la identidad cultural local a través de la feria gastronómica. (Bourdieu, 1984).

La UNCTAD, en su informe *Creative Economy Report 2010*, destaca la relevancia de las industrias culturales como motores del crecimiento económico, con especial atención a los sectores como la música, el arte, el cine y la gastronomía. Subraya que la creatividad tiene un impacto directo sobre la innovación y la generación de empleo, especialmente en regiones que aprovechan sus recursos culturales locales (UNCTAD, 2010). Este enfoque puede ser utilizado para demostrar cómo una feria gastronómica en Sesquilé podría fortalecer la industria cultural y creativa del municipio,

promoviendo el turismo, el empleo local y la conservación de las tradiciones culinarias.

El enfoque metodológico de la UNCTAD para el desarrollo de la economía creativa se basa en un modelo participativo y de sostenibilidad. Este enfoque comienza con un análisis diagnóstico, que permite identificar las fortalezas y debilidades de los recursos culturales locales. Además, promueve la participación activa de la comunidad en todas las fases del proyecto, desde la conceptualización hasta la ejecución. En el contexto de tu investigación, esto se traduce en un proceso de colaboración con los actores locales de Sesquilé, como productores, cocineros y artistas, para co-crear una feria gastronómica que refleje auténticamente la cultura local. La UNCTAD también destaca la necesidad de integrar elementos de sostenibilidad económica, social y ambiental en los proyectos culturales, por lo que tu investigación debe considerar prácticas sostenibles y la distribución equitativa de los beneficios generados por la feria. Finalmente, el enfoque de la UNCTAD también subraya la importancia de establecer indicadores claros para evaluar el impacto de la feria, lo cual es esencial para medir su éxito y mejorar futuras ediciones (UNCTAD, 2010).

MARCO CONCEPTUAL

Gastronomía como Patrimonio Cultural: La gastronomía continúa siendo un elemento esencial en la construcción de la identidad cultural de una comunidad, actuando como un vínculo entre el pasado y el presente. Según Martínez y Álvarez (2021), la preservación y promoción del patrimonio gastronómico no solo fortalece la identidad local, sino que también impulsa el desarrollo social y económico. Los eventos gastronómicos, como ferias o festivales, han demostrado ser herramientas efectivas para revalorizar la cocina tradicional y fomentar la cohesión comunitaria (López, 2022). Estos eventos ofrecen una plataforma para que

las comunidades rurales compartan sus tradiciones culinarias, aumentando la conciencia sobre la importancia de conservar este patrimonio intangible (Gómez, 2023).

Turismo Gastronómico: El turismo gastronómico ha ganado relevancia en la última década, convirtiéndose en un factor clave para el desarrollo turístico sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo (2021), el 80% de los turistas consideran la gastronomía como un factor importante al elegir un destino. Además, estudios recientes de Ramírez y Contreras (2023) muestran que las experiencias culinarias auténticas no solo mejoran la percepción del destino, sino que también fomentan la lealtad del turista. La promoción de la gastronomía local contribuye al consumo de productos autóctonos y al fortalecimiento de las cadenas de valor locales, generando un impacto positivo en las economías rurales (Herrera, 2023).

Contextualización

La investigación sobre la creación de una feria gastronómica en Sesquilé presenta una evaluación detallada de la situación actual del municipio en relación con su gastronomía, su potencial turístico y las oportunidades para mejorar su posicionamiento en la industria cultural y creativa de Colombia. A continuación, se expone el diagnóstico basado en la información proporcionada en el artículo.

Sesquilé, a pesar de su rica tradición culinaria, enfrenta una notable falta de reconocimiento como destino gastronómico. Aunque cuenta con platos representativos que reflejan la cultura muisca y local, solo el 15% de los turistas lo identifican como tal, en contraste con otras regiones colombianas, como Antioquia y Valle del Cauca. Esta situación limita el desarrollo económico y turístico del municipio, lo que representa una

oportunidad perdida para resaltar su identidad cultural y fortalecer la economía local. Además, los productores locales carecen de acceso a plataformas que conecten su oferta gastronómica con un mercado más amplio.

Entre los problemas más relevantes se destacan la baja visibilidad turística y la desconexión entre los productores locales y los visitantes. La ausencia de un evento emblemático que promueva la gastronomía local ha restringido la capacidad de atraer turistas interesados en experiencias auténticas, lo que limita la generación de empleo y la cohesión comunitaria. Esta falta de promoción estratégica ha impedido que Sesquilé aproveche su patrimonio culinario como una herramienta clave para el desarrollo económico y cultural.

Sin embargo, existen importantes oportunidades para revertir esta situación. La creación de una feria gastronómica podría fortalecer la identidad cultural del municipio, rescatando sus tradiciones culinarias y convirtiéndolas en un atractivo turístico. Este evento tiene el potencial de generar empleo, dinamizar la economía local y establecer un modelo replicable en otros municipios. Además, la participación de actores gubernamentales, privados y comunitarios puede garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de esta iniciativa, consolidando a Sesquilé como un referente gastronómico en Colombia.

Marco Metodológico

1. Diseño del Estudio

El estudio es de tipo descriptivo, con un enfoque cualitativo orientado a la sistematización de conocimientos y prácticas existentes en torno a ferias gastronómicas. Se analizarán experiencias previas y datos históricos sobre

eventos similares para identificar mejores prácticas y adaptarlas al contexto de Sesquilé.

2. Técnicas de Recolección de Datos:

Población y Muestra: Por conveniencia

Para analizar las perspectivas sobre la comida típica de Sesquilé y su potencial como patrimonio cultural, se utilizarán entrevistas semiestructuradas con propietarios de restaurantes locales, complementadas con grupos focales que involucren a habitantes del municipio para comprender su percepción y valoración de la gastronomía tradicional. Además, se aplicarán encuestas dirigidas a turistas y visitantes de Cundinamarca para medir el interés en la comida típica como una experiencia cultural. Los datos cualitativos obtenidos se procesarán mediante análisis temático para identificar percepciones y barreras en torno a la gastronomía, mientras que las encuestas serán analizadas estadísticamente con un enfoque descriptivo, generando información clave sobre el interés y la valoración de los visitantes hacia esta tradición local. (Qué bases de datos se consultaron, cuántos documentos se consultaron, ¿por qué esos y no otros?

a. Análisis Documental:

Fuentes: se revisaron informes, artículos y registros históricos relacionados con la gastronomía de Sesquilé, así como documentación de ferias gastronómicas nacionales.

Museo Campesino

Este libro se enfoca en las recetas tradicionales de la región, poniendo especial énfasis en la utilización de productos autóctonos como el maíz, el cual es un ingrediente clave en la gastronomía de Sesquilé. Además, se destacan platos típicos de la región, como las sopas y los amasijos, que

podrían ser los principales atractivos de una feria gastronómica. Este recurso es valioso porque proporciona una base auténtica de la gastronomía local y sugiere cómo estos elementos pueden ser el centro de una feria que no solo resalte la comida, sino también las tradiciones culturales de Sesquilé. La inclusión de estos platos tradicionales puede atraer tanto a turistas como a locales interesados en la preservación de la identidad cultural. (Museo Campesino, 2019)

Desarrollo Cultural y Gastronómico en Cundinamarca

Este artículo analiza cómo las ferias gastronómicas en la región de Cundinamarca han servido como plataformas para el desarrollo cultural y turístico. Destaca la importancia de involucrar a los chefs locales y los productores en estos eventos, lo cual no solo promueve los productos regionales, sino que también fortalece la identidad cultural del lugar. En el caso de Sesquilé, integrar a los chefs locales y a los productores de alimentos podría ser una estrategia clave para garantizar la autenticidad de la feria. Además, las actividades complementarias, como talleres culinarios y presentaciones de la historia detrás de cada plato, pueden atraer a un público más amplio y proporcionar una experiencia más enriquecedora. (El Tiempo, 2020)

Patrimonio Gastronómico: innovación desde la tradición

Este artículo reflexiona sobre cómo las ferias gastronómicas en Colombia han logrado fusionar la innovación con la tradición, combinando técnicas modernas con recetas ancestrales para atraer tanto a locales como a turistas. Para la feria de Sesquilé, este enfoque puede ser útil para diseñar un evento que no solo celebre los platos tradicionales, sino que también explore nuevas formas de presentar estos alimentos, incorporando técnicas culinarias modernas que resalten su sabor y atractivo visual. La innovación en la preparación y presentación de los alimentos puede ser

una excelente manera de atraer a un público joven y moderno, mientras se mantiene el respeto por la tradición. (El Espectador 2021)

b. Estudio de Casos Comparativos

“El *Festival del Oro* y la *Feria de la Papa* en Cucunubá” son eventos relevantes que vinculan la gastronomía local con la agricultura y los productos autóctonos de Cundinamarca. Estos festivales no solo celebran la producción agrícola local, sino que también integran la gastronomía como un componente central de las festividades, resaltando los sabores y tradiciones culinarias de la región.

Por ejemplo, el *Festival del Oro* celebra la historia minera de la región, mientras que la *Feria de la Papa* en Villapinzón, recientemente inaugurada en noviembre de 2024, busca promover la producción de papa en el país, en particular, de los departamentos que son líderes en su cultivo como Cundinamarca. En esta feria se integran actividades educativas y comerciales que permiten a los productores y consumidores compartir experiencias y fortalecer el sector agrícola y gastronómico a través de productos como la papa, un ingrediente esencial en la cocina local.

En el contexto de la feria gastronómica en Sesquilé, estos eventos podrían servir de guía para integrar tanto la promoción de productos locales como actividades culturales y educativas, garantizando una experiencia completa para los visitantes. El enfoque en la agricultura sostenible, el uso de productos autóctonos y el trabajo conjunto entre productores y comunidades son elementos clave que podrían enriquecer el desarrollo del evento en Sesquilé.

Aspectos Para Evaluar:

- Estructura organizativa de la feria.
- Estrategias de promoción y marketing cultural.
- Impacto Económico
- Impacto Social

Instrumento: Matriz Comparativa

Feria Gastronómica	Estructura Organizativa	Estrategias de Promoción	Impacto Económico	Impacto Social
Feria de Gastronomía y Vino - Villa de Leyva, Colombia	Alcaldía, con apoyo del sector privado (restaurantes y productores locales).	Redes sociales, influencers gastronómicos, y alianzas con agencias de turismo.	Aumento del 25% en la ocupación hotelera durante el evento.	integración comunitaria y el orgullo por los productos locales.
Mistura - Lima, Perú	Organización dirigida por la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA), con enfoque en chefs renombrados.	Promoción internacional mediante documentales y participación en ferias turísticas globales.	Incremento del 35% en las exportaciones de productos autóctonos tras el evento.	Reconocimiento global de la cocina peruana como patrimonio cultural.
Feria Gastronómica Sabores de Boyacá - Tunja, Colombia	Comité mixto (Alcaldía, universidades locales y asociaciones de productores agrícolas).	Promoción en ferias turísticas nacionales y colaboraciones con instituciones educativas.	Incremento del comercio local en un 20% durante el mes del evento.	Talleres educativos para jóvenes sobre agricultura y gastronomía
Feria Gastronómica de Oaxaca, México	Organizada por el Gobierno estatal con participación activa de las comunidades indígenas.	Uso de medios tradicionales y modernos, como TV y redes sociales, además de caravanas culturales.	40% de aumento en el turismo internacional a Oaxaca durante los meses cercanos a la	Preservación y promoción de recetas indígenas ancestrales.
Festival Gastronómico de Medellín, Colombia	Gestión privada en colaboración con asociaciones de chefs y restaurantes.	Publicidad en plataformas digitales y participación en guías turísticas.	Aumento de empleos temporales y ventas locales en un 30% durante el evento.	Fomenta el reconocimiento de la diversidad cultural a través de la cocina.

Resultados

1. Implementar la caracterización de la gastronomía de Sesquilé identificando su potencial y acciones de mejora para la implementación de la feria gastronómica

2. Determinar elementos significativos de la industria cultural y creativa de Colombia para el sector gastronómico de Sesquilé Cundinamarca.
3. Guía Integral para la Implementación: Se espera desarrollar una guía detallada que contemple todos los aspectos necesarios para organizar la feria gastronómica en Sesquilé, incluyendo planificación, promoción, logística y evaluación, que pueda ser utilizada por otros municipios con objetivos similares.
4. Alianzas estratégicas

Se plantea la colaboración con diversas entidades gubernamentales, empezando por la Alcaldía de Sesquilé y la Gobernación de Cundinamarca, quienes jugarán un papel esencial en la provisión de apoyo logístico, permisos y recursos para la infraestructura del evento. Esto incluye la adecuación de espacios, la seguridad y la facilitación de los trámites administrativos necesarios para que la feria se lleve a cabo sin contratiempos. Además, estas entidades pueden colaborar en la difusión del evento a nivel local y regional. En cuanto al ámbito nacional, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo son fundamentales para obtener financiamiento y promoción a gran escala, destacando la interconexión entre la cultura, la gastronomía y el turismo. Estos ministerios pueden apoyar la feria desde una perspectiva de fomento del patrimonio cultural y la gastronomía autóctona, mientras que a su vez promueven a Sesquilé como un destino turístico en el contexto de la oferta nacional.

Por otro lado, es crucial establecer una colaboración con la comunidad local, involucrando a cocineros tradicionales y productores agrícolas

locales, quienes tienen el conocimiento y la experiencia necesarios para mostrar recetas autóctonas, productos frescos y prácticas culinarias tradicionales, lo que enriquecerá la autenticidad de la feria. Además, artesanos y artistas locales podrían complementar la feria con exhibiciones de arte y productos que resalten la cultura y las tradiciones de Sesquilé, creando un ambiente único que combine gastronomía y arte local.

Finalmente, para garantizar la viabilidad económica y la sostenibilidad del evento, se debe buscar alianzas con el sector privado, en especial con empresas de alimentos y bebidas, como Bavaria, Alpina o Postobón, que puedan actuar como patrocinadores, contribuyendo con insumos o con el montaje de espacios dedicados dentro de la feria. Estas alianzas no solo ayudarían en términos de recursos materiales, sino también en la visibilidad y el alcance del evento a través de las marcas asociadas.

2. Colaboración con la comunidad local

La participación de cocineros tradicionales y productores agrícolas **locales** será esencial para la feria, ya que permitirá la presentación de recetas autóctonas, productos frescos y prácticas culinarias tradicionales, mostrando la riqueza gastronómica de Sesquilé y sus alrededores. Además, la integración de artesanos y artistas locales complementará el evento a través de exhibiciones de arte y la venta de productos que reflejen la cultura y el patrimonio del municipio. Este enfoque no solo destacará la autenticidad y diversidad cultural de la región, sino que también fomentará el empoderamiento de la comunidad local, creando un espacio donde converjan la gastronomía, el arte y las tradiciones.

3. Alianzas con el sector privado

Empresas reconocidas del sector de alimentos y bebidas, como Bavaria, Alpina y Postobón, pueden desempeñar un papel fundamental al actuar como patrocinadores del evento. Estas compañías podrían contribuir proporcionando insumos, apoyando el montaje de espacios o participando con stands propios que refuercen la experiencia del público asistente. Este tipo de colaboración no solo aseguraría recursos materiales, sino también una mayor visibilidad para el evento, al asociarse con marcas de renombre que atraen tanto a visitantes locales como a turistas, fortaleciendo así la proyección de la feria a nivel regional y nacional.

4. Alianzas académicas

Las alianzas académicas con instituciones como la Universidad Nacional de Colombia, la Pontificia Universidad Javeriana, y la Universidad de Cundinamarca representan una oportunidad clave para enriquecer la feria gastronómica en Sesquilé. Estas universidades y centros de investigación pueden contribuir documentando recetas locales, preservando tradiciones culinarias y resaltando su valor cultural e histórico mediante estudios especializados. Este tipo de colaboración fortalecería la autenticidad del evento y su impacto educativo, permitiendo a los asistentes apreciar mejor la conexión entre gastronomía, historia e identidad regional.

Prototipo de guía para la feria gastronómica

Esta guía ofrece un modelo práctico para realizar una feria gastronómica en Sesquilé, Cundinamarca, abarcando elementos clave como la planificación, organización, logística, promoción y evaluación. Su objetivo es promover el desarrollo cultural y turístico del municipio, destacando su riqueza gastronómica y tradiciones locales de manera eficiente y estructurada



1 Imagen - Portada de presentación - Fuente: Elaboración propia



2 Imagen - Planificación y organización de la feria – Fuente: Elaboración propia



3 Imagen - Logística, promoción y ejecución de la feria gastronómica - Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La implementación de una feria gastronómica en Sesquilé representa una oportunidad clave para resaltar su rica tradición culinaria y posicionar al municipio como un destino gastronómico destacado. Al promover la gastronomía local y fortalecer la identidad cultural, este evento no solo fomentará el turismo, sino que también impulsará el desarrollo económico de la región, generando empleo y mejorando la visibilidad de sus productos autóctonos. La colaboración entre los actores locales, el gobierno y el sector privado será esencial para asegurar su éxito y sostenibilidad.

En última instancia, esta iniciativa contribuirá a consolidar a Sesquilé como un referente cultural y gastronómico en Colombia. A través de la creación de un modelo replicable, se abrirán puertas para otros municipios interesados en promover su patrimonio culinario, fortaleciendo la industria creativa y cultural del país. La feria no solo será una plataforma para la economía local, sino también un espacio para la preservación y valorización de las tradiciones gastronómicas, asegurando un legado duradero para las futuras generaciones.

Referencias

Hernández V., C., Morancay, C., Pécout-Le Bras, N., & Ricaud Oneto, E. (2022).

Patrimonios alimentarios en América Latina: recursos locales, actores y globalización. *Anthropology of food*.

<https://doi.org/10.4000/aof.137199>

Vista de Percepción ciudadana sobre el patrimonio cultural gastronómico en la gestión turística en Jipijapa. (s/f). *Revistaturismoypatrimonio.com*. Recuperado el 23 de noviembre de 2024, de

<https://revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/316/325>

- Medina, F. X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de antropología*, 51(2), 106–113.
<https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.02.001>
- Cundinamarca, M. (s/f). “Pueblos Dorados”, destinos turísticos de Cundinamarca para Colombia y el mundo. Marcacundinamarca.com. Recuperado el 23 de noviembre de 2024, de
<https://marcacundinamarca.com/pueblos-dorados-destinos-turisticos-de-cundinamarca-para-colombia-y-el-mundo/>
- Mena, Ó. (2023, marzo 10). Sesquilé: un refugio para descansar cerca a Bogotá. *Revista Diners*.
https://revistadiners.com.co/estilo-de-vida/viajes/124018_sesquile-un-refugio-para-descansar-cerca-a-bogota/
- SESQUILÉ. (s/f). Marcacundinamarca.com. Recuperado el 23 de noviembre de 2024, de
<https://marcacundinamarca.com/sesquile/>
- Primer Encuentro de 10 cocineros del Libro Sabores de Cundinamarca – Museo Campesino. (s/f). Elmuseocampesino.org. Recuperado el 23 de noviembre de 2024, de
<https://elmuseocampesino.org/primer-encuentro-de-10-cocineros-del-libro-sabores-de-cundinamarca/>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, de
<https://www.amazon.com/Rise-Creative-Class-Transforming-Community/dp/0465003693>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press. De
<https://www.amazon.com/Distinction-Social-Critique-Judgement-Taste/dp/0674212770>