Las rutas agroalimentarias como estrategias de desarrollo e inclusión en el territorio: el caso del pan de Arroz en Restrepo, Meta

Edwar David Ramírez Castellanos

RESUMEN

Las rutas agroalimentarias como producto turístico pueden aportar al desarrollo e inclusión en el territorio a partir de la vinculación de las comunidades en los beneficios y oportunidades que el turismo en una zona puede generar. El artículo presenta el diseño realizado de la ruta del pan de arroz en el municipio de Restrepo, Meta el cual buscó aportar a la organización territorial de la zona a partir de la revalorización cultural y socioeconómica de un producto alimentario como el pan de arroz, que aunado a la identificación de los atractivos turísticos, la caracterización de la demanda y la oferta, y la definición de trayectos turísticos; permiten organizar el turismo del municipio. La metodología desarrollada fue de tipo participativa, utilizando talleres, encuestas y entrevistas para la recopilación de la información.

***Palabras Clave*—Ruta Agroalimentaria, Pan de Arroz, territorio, Restrepo, turismo.**

I. INTRODUCCIÓN

Los alimentos han ocupado a lo largo de la historia de la humanidad un importante espacio dentro de la cultura y el patrimonio inmaterial de los pueblos y regiones, adquiriendo no solo el carácter de sustento material para suplir necesidades fisiológicas básicas, sino también el de símbolo de identidad y sentido de arraigo.

Esta última característica de la comida, es precisamente la que vincula la alimentación a la actividad turística, no solo como un servicio de restauración que hace parte de la planta turística tradicional, sino como un recurso turístico en sí mismo, que despierta por sí solo el interés de los turistas por visitar un lugar o conocer un destino con el objeto fundamental de aprender y degustar la preparación de sus productos y alimentos típicos [1]. Este fenómeno de desplazamientos con motivo de conocer la alimentación, ha desarrollado toda una modalidad emergente de turismo denominado como turismo gastronómico [2].

Dentro de la gama de posibilidades que ofrece el turismo gastronómico existen las rutas gastronómicas, alimentarias o alimentarias; las cuales se organizan para entregar al turista la experiencia de conocer los platos y productos locales que posee un lugar de destino, a partir de la estructuración de circuitos de viaje que generalmente van encadenados al resto de oferta turística, pero cuyo pivote central es la comida a nivel de uno o varios productos con identidad local y regional.

Es deseable el concepto de ruta agroalimentaria en relación al de ruta gastronómica, debido a que el primero involucra toda la cadena de obtención y preparación de los alimentos, desde la producción, agroindustria y comercialización final, integrando así más actores al desarrollo de los circuitos turísticos como fincas productoras, agroindustrias rurales y artesanales, restaurantes, locales, etc.; que tengan como objeto destacar en alguna parte de la cadena (producción, transformación y venta) el producto característico de la ruta.

En este sentido, la idea central de las rutas alimentarias no es solo promocionar uno o varios productos típicos o tradicionales, sino que a partir del reconocimiento de los alimentos, reunir los diferentes tipos de atractivos turísticos de un destino, de manera que puedan organizarse en paquetes temáticos a partir de los alimentos representativos, y así los turistas puedan permanecer más tiempo en la zona, debido a la diversidad de atracciones que se ofrecen [3].

Este concepto de rutas agroalimentarias está relacionado con la visión de desarrollo local y del territorio, y por ende a las diferentes manifestaciones que en él se generan, toda vez que, es en el territorio donde se presentan estas propiedades culturales de los cultivos y alimentos, y cobran sentido. Para Alburquerque [4] no debe reducirse el concepto de desarrollo local al desarrollo endógeno, ya que existen iniciativas de desarrollo local que se basan también en el aprovechamiento de las fuerzas exógenas; ni tampoco limitarlo exclusivamente a la generación de beneficios económicos, visto que, es un enfoque integral en el cual debe analizarse desde diferentes aspectos del desarrollo tanto ambientales y culturales como sociales, políticos y tecnológicos.

Según lo expresado por García [5], el territorio es el resultado de un complejo proceso construcción social que se realiza sobre un espacio geográfico concreto y se deriva de las prácticas, proyectos y conocimientos de los hombres que viven en el mismo. Juntos conceptos, implican el reconocimiento del desarrollo local como un fenómeno social,

Primer Autor: edwarramirez@usantotomas.edu.co, Magister en Agronegocios, Investigador - Decano, F. Administración de Empresas Agropecuarias, Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

económico y ambiental, que se lleva a cabo en el territorio como representación de la estructura social, el cual, debe buscar el reconocimiento de las potencialidades culturales y ambientales de los grupos humanos; para que, mediante la organización socioeconómica y productiva, pueda generarse dinámicas de integración desde adentro; pues como indica el mismo Alburquerque [6] el desarrollo local es un enfoque que toma como unidad de actuación el territorio, a partir del protagonismo y participación de los actores territoriales en las iniciativas y estrategias de desarrollo.

En las rutas agroalimentarias, este enfoque de desarrollo visto desde el territorio es determinante, puesto que *"la importancia del enfoque territorial radica precisamente en su potencial y capacidad de diagnosticar y caracterizar la oferta biofísica y disponibilidad de recursos humanos, infraestructura física y social y relaciones funcionales al interior del territorio y entre este y otros territorios, para construir propuestas de desarrollo económico, social y ambiental sostenibles, sustentables y competitivas"* [7].

Así pues, un apropiado diseño de las rutas a partir del enfoque territorial, puede permitir no solo determinar el potencial de recursos ambientales y patrimoniales existentes en el sitio, sino además, organizar la actividad económica en general, en función de los intereses sociales de todos los actores interesados, dentro y fuera del territorio, a fin de propiciar una mayor inclusión social que puede generar beneficios de la incursión de la actividad turística a través de las rutas agroalimentarias.

En síntesis, como mencionan Blanco y Riveros [8] *"bajo un enfoque de desarrollo territorial, la organización de rutas alimentarias, representan una excelente herramienta para articular las producciones agrícolas y agroindustriales con atractivos naturales y culturales, pudiéndose lograr un alto grado de participación y de beneficio para la población local*"

A 10 km de la capital del departamento del Meta Villavicencio, se encuentra ubicado el municipio de Restrepo. Reconocido como la capital salinera del Departamento, debido a la presencia de plantas industriales para la extracción y procesamiento del mineral. El municipio es también importante productor de arroz y ganadería en el Departamento. Además, es famoso por la preparación del pan de arroz, alimento a base de harina de arroz, que es el deleite de los turistas y habitantes propios [9].

El pan de arroz, producto insignia de los restrepenses y acompañante inseparable de la comida típica llanera; se considera tiene los elementos necesarios para conformar una ruta alimentaria como producto turístico del municipio, debido entre otras cosas, a su preparación artesanal, el arraigo cultural y el sentido de pertenencia que tienen los habitantes con el producto.

II. METODOLOGÍA

La investigación correspondió al tipo proyectivo, que según Hurtado de Barrera [10] "consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social, o de una institución, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento".

La población estuvo compuesta por los siguientes grupos: los atractivos naturales y culturales del municipio, los productores de pan de arroz, los turistas que frecuentan en municipio, y los dueños de establecimientos que ofrecen servicios turísticos (hospedaje, alimentación, fincas, transporte y otros).

El diseño de la investigación se organizó en cinco fases:

La primera correspondió a la descripción del pan de arroz a partir de las historias de vida y relatos de los productores con trayectoria y antigüedad en la elaboración del producto.

En la segunda fase, se llevó a cabo identificación y valoración de los atractivos turísticos del municipio de Restrepo. Se realizó un taller con los actores del turismo en Restrepo a fin de realizar el inventario de atractivos y recursos y su posterior valoración.

La tercera fase consistió en la descripción de la oferta de servicios de turismo, a partir de una encuesta realizada establecimientos de alojamiento, restauración, esparcimiento y trasporte.

La cuarta fase tuvo por objeto identificar los conceptos con los cuales los turistas asociaban al municipio como sitio turístico.

Finalmente, la quinta fase consistió en la organización de los trayectos que conformaron la ruta propuesta del pan de arroz.

III. EL PAN DE ARROZ COMO PRODUCTO AGROALIMENTARIO

A. Antecedentes

El pan de arroz es un alimento que hace parte de la gastronomía típica llanera (ver figura 1). Como alimento puede categorizarse dentro del grupo de los amasijos, junto al pan de arroz, el pan de yuca, las achiras y otros productos típicos colombianos que requieren para su elaboración pasar por un proceso de amasar los ingredientes combinados que le dan vida a estos productos [11].

Fig 1. Pan de arroz de Restrepo.

Si bien, aún no se ha determinado el origen exacto o preciso del pan de arroz en los llanos, en el municipio de Restrepo todavía se recuerdan las primeras personas que elaboraron el producto y que según cuentan quienes aún lo fabrican, son los pioneros y guardianes de la receta tradicional; como lo expresa doña Edilma dueña del Lanzallamas, una de las fábricas de pan de arroz con más tradición en el municipio:

"En el 78 habían 7 productores de pan de arroz pero no estaba comercializado, eso era como muy casero, por hay unas dos o tres tienditas, por encargo, pero en ese entonces era muy rico… La que empezó se llamaba Mercedes Linares de Moreno, ella me dice que empezó en el 54…pero entonces nadie le había puesto como ese entusiasmo… el duro mucho tiempo pero casero"

Así mismo, añade don Abelardo, del Alcaraván otra de las fábricas con más años en el municipio:

"Eso viene de un señor llamado Abelardo Castillo, él fue el que principió con eso y a él se le compró este sitio, eso era un ranchito ahí, el hacía muy poquitico en un horno de leña ahí afuera. A raíz de eso ahí, mis suegros le compraron y desde ahí empezaron a producir. Él les trasmitió la receta, y les vendió acá el negocio… Él era de acá de Restrepo y ya murió, hace como uno siete años"

Según expresan quienes aún lo fabrican, dentro de las características que tenía el pan de arroz inicialmente, se destacan las cuajadas que se producían en las mismas fincas, el proceso de molienda y amasijo que se hacía a mano, y la cocción que se practicaba en hornos de lecha. Hoy el pan de arroz en Restrepo dado su apogeo y el reconocimiento que tiene a nivel local y regional, se fábrica en condiciones más industriales sin dejar de lado los componentes tradicionales.

Actualmente en Restrepo se encuentran 6 fábricas locales de pan de arroz las cuales lo producen diariamente. Las de mayor tiempo en Restrepo, el Alcaraván (22 años) y Lanzallamas (35 años), se encuentran en la entrada del municipio. Alcaraván 2 y Lanzallamas 2, son de propiedad de las dos primeras (no más de 10 años), y se ubican sobre la vía al municipio de Cumaral. Las otras dos fábricas, son mucho más recientes, El Samán ubicada en el centro y, el Caporal, en la entrada del municipio junto a las dos fábricas de mayor antigüedad.

B. Proceso de elaboración

El proceso de fabricación del pan de arroz comienza el día anterior de la preparación dejando en remojando en agua el arroz y la cuajada. A la cuajada algunas fábricas locales le realizan un proceso de desmenuzado para permitir que la acidez se reduzca. Al día siguiente, se lava bien la cuajada, se cambia el agua y se termina de desmenuzar. Por su parte el arroz se pone a escurrir, se revuelve y se muele hasta quedar granulado.

Una vez se compacta la cuajada con el arroz, a esta masa se le agrega dulce, sal y margarina, y se comienzan a amasar todos los ingredientes. Como se le agrega levadura para el proceso de horneado, se debe dejar reposar por media hora aproximadamente antes de la cocción.

Cuando está lista la masa, se arman las rosquitas y se introducen en una bandeja al horno con temperatura de 350 grados, hasta que el pan de arroz logra una textura blanda y dorada, siendo esta una de las presentaciones que los consumidores más demandan, para consumir fresco. Para que quede tostado, el pan de arroz vuelve a pasar por el horno a temperatura más baja hasta lograr una textura crocante, siendo esta la otra presentación y quizás la más conocida del producto pues dada sus características puede consumirse con mayor posterioridad sin que cambie su textura.

C. Vinculación con el territorio

El pan de arroz como producto alimentario está ligado a la cultura de los restrepenses, y del departamento del Meta en su conjunto, lo que se refleja en el alto grado de reconocimiento que tiene, el orgullo que genera en sus habitantes, y las materias primas que se utilizan para su elaboración. Las cuajadas, quesos frescos que se elaboran a partir de leche de vaca; y el arroz, grano insignia de la producción agrícola de los llanos orientales; son los dos ingredientes irremplazables en su elaboración. Juntos, son productos tradicionales que se producen en la región, y aunque en ocasiones la cuajada que se utiliza en su preparación es traída de la cuenca lechera que comparten el Meta y Cundinamarca; no se pierde en ninguna parte del proceso, el origen y sus raíces propias.

De lejos el pan de arroz es una razón obligada por la cual los turistas en su mayoría de Bogotá y Villavicencio, se desplazan los fines de semana y festivos principalmente, hacia Restrepo, visitan las fábricas locales ubicadas en la entrada del municipio y sobre la vía a Cumaral, para consumirlo acompañado de avena o masato de arroz.

Sin embargo, aunque el pan de arroz es reconocido por los turistas de la región y en buena parte del país, aún falta mayor convencimiento por parte de los habitantes del valor cultural y económico que tiene el producto, siendo ante todo, un patrimonio inmaterial que debe conservarse y mantenerse vigente, pues desafortunadamente como menciona la señora Edilma dueña de la fábrica el lanzallamas y una de las personas que más años lleva elaborando el producto:

"Eso es lo que a mí me indigna con el pan de arroz, cuando he salido, me he dado cuenta que la gente, por ejemplo en el Huila, con las achiras, incluso en Melgar con mangos, eso salen todos a vender, acá no, no hay quien trabaje, era para haber tenido muchas fábricas, entre más fábricas mucho mejor".

IV. ORGANIZACIÓN DE LA RUTA AGROALIMENTARIA DEL PAN DE ARROZ

A. *Inventario y valoración de atractivos turístico*

La identificación y valoración de los atractivos turísticos del territorio, tuvo por objeto conocer los recursos potenciales y los atractivos actuales, y valorarlos de acuerdo a variables como su reconocimiento y la calidad del mismo; siendo un paso fundamental para la gestión y planificación de la actividad turística en Restrepo.

Para la realización del inventario turístico, se llevó a cabo un taller participativo, formando cuatro (4) grupos de trabajo, garantizando la participación de diversos actores del turismo local en cada grupo. Para efectos de realizar una clasificación de los atractivos, se tomó como base la realizada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo que agrupa los atractivos en sitios naturales y atractivos culturales, dentro de los culturales, incluye los materiales e inmateriales, al igual que las festividades y eventos culturales.

En el taller, se identificaron 7 atractivos de la categoría de patrimonio cultural material, 4 atractivos del grupo de patrimonio cultural inmaterial, 6 de festividades y eventos, y 5 atractivos en la categoría de sitios naturales (tabla 1).

Tabla 1. Atractivos identificados en el municipio de Restrepo

Patrimonio cultural material	Patrimonio cultural inmaterial
Catedral santuario de la inmaculada concepción Seminario mayor nuestra señora del Carmen Parque de la sal (salcol) Parque principal Arquitectura urbana Parque central Casa de la cultura Concha acústica	Pan de arroz Mamona llanera Música llanera Manantial de la Virgen
Festividades y eventos	**Sitios naturales**
Festival y reinado nacional de la sal Concurso Samán de oro Semana santa Mercados Campesinos Feria equina clase b Feria ganadera expoterneros	Sendero del caney Reserva natural rancho Camaná Cordillera oriental Mirador turístico Caney Alto Rio Upín

Una vez identificados los atractivos turísticos por parte de la comunidad, se procedió a su valoración partiendo del conocimiento que cada uno de los asistentes al taller formados en los cuatro grupos, tenía de los sitios y atractivos seleccionados. Para este fin se elaboró una matriz, la cual usa los principios de la técnica de priorización de opiniones conocida como el ábaco de colores del doctor Regnier, cuya característica fundamental es el uso de una escala cromática de a partir de los colores del semáforo (verde, amarillo y rojo), para mostrar la tendencia de opiniones respecto a un factor dado [12].

De esta manera, se ubicaron en columnas de la matriz las opciones de decisión con colores y en las filas los atractivos identificados para su valoración, como se muestra en la tabla 2:

Tabla 2. Ejemplo de la matriz de evaluación de atractivos

	V	*V*	*A*	*R*	*B*
Atractivo 1					
Atractivo 2					
Atractivo 3					
Atractivo 4					
Atractivo 5					

Verde: Atractivo muy importante
Verde claro: atractivo importante
Amarillo: atractivo medianamente importante
Rojo: atractivo de baja importancia
Blanco: atractivo de nula importancia

A finalizar la evaluación por parte de los grupos, se sistematizaron las 4 matrices resultantes del taller, combinando los resultados obtenidos por cada grupo en una sola matriz de decisión, teniendo como resultado final la priorización de los atractivos evaluados a partir de factores cualitativo de interés general para la comunidad local. La matriz resultante se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Matriz de valoración de atractivos de Restrepo

No.	atractivo turístico	G. 1	G. 2	G. 3	G. 4
1	Pan de arroz				
2	Parque de la sal (SALCOL)				
3	Catedral santuario de la inmaculada				
4	Semana santa				
5	Festival y reinado nacional de la sal				
6	Mirador turístico				
7	Feria equina clase b				
8	Feria ganadera expoterneros				
9	Reserva natural rancho Camaná				
10	Sendero del caney				
11	Joropódromo				
12	Mamona llanera				
13	seminario mayor Señora del Carmen				
14	Mercado campesinao				
15	Parque principal				
16	Arquitectura urbana parquet central				
17	Rio Upín				
18	Concha acústica				
19	Música llanera				
20	Manantial de la virgen				
21	Cordillera oriental				
22	Casa de la cultura				

B. *Planta turística del municipio de Restrepo*

Se entiende por planta turística al subsistema que hace parte del sistema turístico compuesto por los elementos de equipamiento e instalaciones que confluyen para ofrecer servicios de turismo a los clientes. El equipamiento está conformado por los establecimientos públicos y privados que tienen como finalidad ofrecer los servicios básicos a los turistas (hospedaje, restaurantes, esparcimiento, transporte); mientras que las instalaciones, son aquellas construcciones necesarias para desarrollar las actividades exclusivamente turísticas (piscina, cachas, puentes, miradores, circuitos, etc.); [13].

A partir del estudio realizado, se identificaron 25 establecimientos de turismo registrados en el Instituto Municipal de Deporte, Recreación y Cultura (en adelante IMDERCULTUR) como prestadores de servicios de hospedaje y alojamiento, ubicados principalmente la Vereda Caney Alto. La gran mayoría de los alojamientos, se encuentran a la vez geográficamente en zonas rurales del municipio, reuniendo las características de hospedaje rural, dado que están compuestas por fincas, cabañas o casas de descanso; que los propietarios han dispuesto y organizado para ofrecer el servicio de hospedaje. Dicho de otro modo, el servicio de hospedaje en Restrepo obedece a la clasificación de alojamiento rural.

En cuanto al equipamiento turístico de alimentación, se identificaron 13 establecimientos registrados ante el IMDERCULTUR como prestadores de servicio de alimentación, restaurantes, balnearios o estaderos. Dentro del equipamiento de esparcimiento se identificaron cuatro sitios que por sus características debido al tipo de actividades turísticas que realizan y la promesa de valor que ofrecen; pueden considerarse lugares para realizar prácticas agroecoturísticas donde es posible adentrarse en la naturaleza del paisaje e interactuar con los recursos de fauna y flora, y a la vez, disfrutar de las atracciones o actividades preparadas para recibir a los turistas. En la tabla 4, se aprecian los establecimientos identificados.

Tabla 4. Establecimientos de Alimentación en el municipio de Restrepo

No.	Establecimiento	Ubicación	Categoría
1	Rancho Camaná	vereda caney Alto	Ecoturismo
2	Centro Ecuestre Gramalote	vereda Choapal	Agroturismo
3	La Cosmopolitana	San Nicolás	Agroturismo
4	Cosmogénesis	San Nicolás	Salud

El sistema de transporte turístico de Restrepo está compuesto por dos empresas que prestan servicios a los visitantes y a los habitantes del municipio. ASOCAMPER que es la asociación de Camperos de Restrepo presta el servicio de transporte intermunicipal contando con una disponibilidad de 39 camperos, y para el transporte dentro del municipio y el desplazamiento a las veredas principalmente, se cuenta con la empresa TRANSCANEY, la cual presta el servicio de movilidad tanto urbana como rural, con capacidad de 13 busetas y 31 taxis

C. Concepto de la ruta del pan de arroz

A partir del estudio realizado sobre la demanda turística que vista el municipio de Restrepo, se logró identificar que el 91% de los turistas que visitan Restrepo, asocian el municipio con el pan de arroz (ver figura 2), considerando que, el producto es representativo de los habitantes y tiene denominación de origen al ser tradicionalmente preparado en ese sitio y aunque también se ha atomizado su preparación a otros municipios como Cumaral y Villavicencio, el pan de arroz de Restrepo tiene características propias de sus habitantes y rasgos culturales que hacen propio el producto y motivan el desplazamiento de las personas solo a consumirlo.

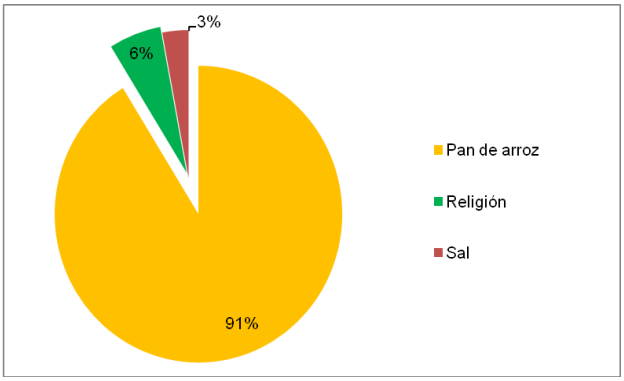

Fig. 2. Conceptos con los cuales los turistas asocian al municipio de Restrepo

De otro lado, 6% de los turistas asocian el municipio con el tema religioso muy fuerte y representativo en la región de los llanos pero que en Restrepo encuentra elementos particulares como la catedral principal de la Inmaculada concepción, el seminario Mayor de la Arquidiócesis de Villavicencio donde se preparan los sacerdotes y diversos conventos de comunidades religiosas. Religiosidad popular representada en el manantial de la virgen donde según sus habitantes se apareció y es objeto de múltiples peregrinaciones donde se celebran misas de sanación; y la tumba del hermano Roque Sastoque quien padeció el fenómeno de la estigmatización o de las llagas de Cristo y murió allí, donde su tumba genera también desplazamientos de personas que quieren conocer la historia. Aunado a lo anterior, las fiestas religiosas como semana santa principalmente, se viven con un fervor y solemnidad que genera visitas de turistas con motivación religiosa o espiritual.

Finalmente, tan solo un 3% de los turistas asocian al municipio con la explotación salinera, la cual durante muchos años de la vida reciente del municipio ha existido en el colectivo de sus habitantes como la imagen con la cual conocen al municipio, no obstante guardando las proporciones del caso, lo que aquí se evidencia es que los turistas identifican en menor grado la sal como un concepto que se relacione con el municipio. No obstante, la extracción de sal en el municipio es un componente interesante de turismo cultural que puede ofrecerse a partir de las explotaciones antiguas del Upin y la infraestructura tradicional que aún existe asociada a su extracción.

En este sentido, se considera que la ruta del municipio como producto turístico, debería denominarse ruta alimentaria del Pan de Arroz, entendiendo que es un concepto integrador del turismo local y que invita al turista a desplazarse al municipio a degustar su gastronomía local, conocer sus atractivos y sitios; y desarrollar actividades de recreación y ocio que solo se pueden llevar a cabo en un lugar que mantiene el equilibrio

entre lo urbano y lo rural, como Restrepo.

Desde lo expuesto por Barrera [14] la ruta del pan de arroz clasificaría dentro de la modalidad de rutas alimentarias por producto, organizadas sobre la base de un producto que es reconocido localmente y que es susceptible de movilizar turistas para su conocimiento y degustación, destacando al producto característico de la ruta en parte de la cadena productiva, precisamente en los eslabones finales de transformación y comercialización del producto.

Así mismo, de acuerdo a las recomendaciones de Blanco [15] sobre las características que deben incluir este tipo de rutas, se considera que la ruta del Pan de Arroz contribuye en la protección de este patrimonio inmaterial de los habitantes de Restrepo que llevan más de 20 años fabricando el producto, favorece la incursión en nuevos segmentos del mercado que pueden dinamizar la economía local, promueve la imagen de Restrepo como un sitio agradable y de descanso con una oferta de turismo atractiva y diversificada, y activa el turismo como actividad económica que integra los sectores productivos del municipio.

V. Conclusiones

Las rutas agroalimentarias permiten destacar las características sociales y económicas de una zona con potencial turístico, a partir de recorridos y trayectos organizados para describir a los turistas el proceso productivo, la tradición e historia, y las formas de preparación de los alimentos con origen y arraigo, finalizando con la degustación y consumo. Este concepto de ruta alimentaria como producto turístico al ser innovador y atractivo, es susceptible de ser aplicado en comunidades que gozan de recursos naturales y culturales, de gran valor turístico, aunado a una rica gastronomía que pueda jalonar el desarrollo local a partir de la integración de los recursos actuales y potenciales, y de la organización de rutas y trayectos que respondan a las necesidades de los consumidores.

El Pan de Arroz representa para Restrepo y para el Departamento del Meta, uno de los productos insignias de la cocina llanera, el cual tiene rasgos potenciales para ser integrados en una ruta turística, dado el reconocimiento que tiene hoy el producto a nivel local y nacional, el engranaje que puede producir con el resto de la economía local (que de hecho ya genera), y la integración que puede darse a partir del producto con los demás atractivos naturales y culturales presentes en el municipio, además del peso que hoy tiene el consumo del producto dentro de la actividad turística.

El diseño de la ruta acogió el concepto de Pan de Arroz toda vez que los turistas asocian principalmente al municipio con este producto agroalimentario, sobre otras denominaciones como la sal y el tema religioso, que también son muy importantes en Restrepo. En este sentido, la ruta del pan de arroz se organiza a partir de un sistema radial, donde los atractivos identificados se integren con un pivote central, cuyo centro de distribución para este caso serían las fábricas locales de Pan de Arroz ubicadas en la entrada del casco urbano del municipio.

Agradecimientos

Al equipo del plan de Ordenamiento territorial de Restrepo por el apoyo en la consecución de este trabajo. Así mismo a los turistas y los actores del turismo en Restrepo quienes motivaron e inspiraron su desarrollo y culminación.

Referencias

[1] E. Barrera, “Turismo rural: Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales” (Referencia de artículo publicado en un libro de recopilaciones), en *Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*, C. Vieites, Dir. Buenos Aires: Hemisferio Sur, 2006, pp. 271-331.

[2] World Tourism Organization, *Global Report on Food Tourism.* Madrid: UNWTO, 2012.

[3] World Tourism Organization, *Global Report on Food Tourism.* Madrid: UNWTO, 2012.

[4] F. Alburquerque. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local.* [En internet]. Disponible en http://goo.gl/XGDEGs

[5] F. García, B, *Marketing del turismo rural*. Madrid: Ediciones Pirámide, (2003).

[6] Á. Uribe y J. Ospina, *La dimensión territorial del desarrollo rural.* INCODER: Bogotá, 2011.

[7] F. Alburquerque. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local.* [En internet]. Disponible en http://goo.gl/XGDEGs

[8] M. Blanco y H. Riveros, “Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica)”, *Perspectivas rurales*, Año 9 (No. 17 – 18), 2005, pp. 85-97.

[9] Secretaría de planeación, *Plan integral de desarrollo municipal de Restrepo, Meta 2012 – 2015.* (Documento técnico). Restrepo: Alcaldía municipal, 2012.

[10] J. Hurtado de Barrera, *Metodología de la investigación, una compresión holística.* Caracas: Ediciones Quirón – Sypal, 2008.

[11] C. Lozano, (2010). El pan de arroz, un referente que genera identidad cultural. [En internet]. Disponible en http://goo.gl/XJ4WGN

[12] F. Mojica, *El abaco de Regnier. En La Prospectiva*. Bogota: Legis Editores, 1991.

[13] R. Boullon, *Planificación de espacio turístico*. México: Trillas, 1985.

[14] E. Barrera, “En Seminario sobre turismo rural y su contribución a la creación de empleo y a la Conservación del patrimonio”, presentado en 2003, Asunción (Paraguay). [En internet]. Disponible en http://www.idestur.org.br/download/20080614181115.pdf

[15] M. Blanco, “Agroturismo y Rutas Agroalimentarias como herramientas de promoción de productos con IG”, presentado en 2011en 2° Taller regional calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina, Lima. [En internet]. Disponible en http://goo.gl/uCw5t8