

La gastronomía de Norte de Santander como factor de identidad y atractivo turístico

The Gastronomy of Norte de Santander as a Factor of Identity and Tourist Attraction

1. Ángel Camilo Rodríguez Arias
2. Blanca Mery Rolón Rodríguez

Recibido: 13-01-2026
Aprobado: 18-05-2026

Resumen

La gastronomía se ha consolidado como un componente fundamental del turismo cultural y un vector estratégico para el fortalecimiento de la identidad territorial. Este estudio analiza la gastronomía de Norte de Santander como factor de identidad y atractivo turístico, mediante un enfoque cualitativo sustentado en revisión documental, entrevistas semiestructuradas y análisis de establecimientos gastronómicos de la ciudad de Cúcuta. Los resultados evidencian que la región posee un patrimonio culinario significativo, caracterizado por ingredientes locales, saberes tradicionales y prácticas culinarias que reflejan la diversidad sociocultural del territorio. Sin embargo, aún persisten debilidades estructurales relacionadas con la formalización de actores gastronómicos, la limitada articulación con cadenas productivas, la insuficiente promoción turística y las brechas en infraestructura. A pesar de ello, se observa una disposición favorable del sector empresarial para participar en rutas gastronómicas, procesos formativos y alianzas territoriales, lo que sugiere oportunidades claras para la consolidación de un modelo turístico sostenible. Se concluye que la gastronomía local puede convertirse en un eje dinamizador del desarrollo social, cultural y económico de Norte de Santander, siempre que se implemente una gobernanza articulada y estrategias de promoción que reconozcan el valor patrimonial de la cocina regional.

Palabras clave: turismo gastronómico, identidad cultural, desarrollo territorial, sostenibilidad, patrimonio culinario.

Abstract

Gastronomy has become a fundamental component of cultural tourism and a strategic vector for strengthening territorial identity. This study analyzes the gastronomy of Norte de Santander as a factor of identity and tourist attraction, using a qualitative approach based on document review, semi-structured interviews, and analysis of gastronomic establishments in the city of Cúcuta. The results show that the region possesses a significant culinary heritage, characterized by local ingredients, traditional knowledge, and culinary practices that reflect the sociocultural diversity of the territory. However, structural weaknesses persist, related to the formalization of gastronomic actors, limited integration with production chains, insufficient tourism promotion, and infrastructure gaps. Despite this, a favorable disposition from the business sector to participate in gastronomic routes, training programs, and territorial alliances is observed, suggesting clear opportunities for consolidating a sustainable tourism model. It is concluded that local gastronomy can become a driving force for the social, cultural, and economic development of Norte de Santander, provided that an articulated governance and promotion strategies are implemented that recognize the heritage value of the regional cuisine.

Keywords: gastronomic tourism, cultural identity, territorial development, sustainability, culinary heritage.

Programa de Administración Turística y Hotelera. est_ac_rodriguez@fesc.edu.co. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

Doctora en Gerencia y Política Educativa. doc_bm_rolon@fesc.edu.co. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

***Autor de correspondencia:** doc_bm_rolon@fesc.edu.co

© 2026. Editada por la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

Introducción

El turismo gastronómico ha adquirido relevancia global como una modalidad capaz de integrar experiencias culturales, consumo simbólico y desarrollo económico. A nivel internacional, diversos países han aprovechado sus tradiciones culinarias como herramienta de competitividad turística, consolidando productos basados en rutas, festivales, mercados locales y experiencias sensoriales. En el contexto colombiano, aunque existe una diversidad culinaria extensa, su integración formal a la oferta turística aún presenta vacíos significativos en términos de planificación, articulación interinstitucional y consolidación de productos turísticos estructurados.

Norte de Santander es un territorio con un patrimonio alimentario amplio, resultado de la interacción histórica entre tradiciones campesinas, influencias fronterizas y prácticas culinarias heredadas. Platos como el mute, el cabrito, las hayacas, la arepa ocañera o el masato de arroz reflejan la identidad cultural del departamento y constituyen elementos que podrían fortalecer su posicionamiento turístico. No obstante, esta riqueza no se ha traducido plenamente en una oferta gastronómica articulada que permita atraer turistas motivados por la experiencia culinaria.

El presente artículo tiene como propósito analizar las barreras y oportunidades para consolidar el turismo gastronómico en Norte de Santander, mediante la identificación de las percepciones empresariales, las condiciones del entorno, las prácticas productivas y las dinámicas socioculturales que configuran la gastronomía regional. De esta manera, se busca evidenciar el papel de la cocina tradicional como recurso turístico y como elemento constitutivo de la identidad territorial.

Metodología

Enfoque de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, el cual resulta pertinente para comprender fenómenos sociales a partir de las percepciones, experiencias y discursos de los actores involucrados. Este enfoque permitió analizar cómo los empresarios gastronómicos interpretan la relación entre identidad culinaria, prácticas productivas y turismo.

Diseño

Se empleó un diseño de estudio de caso, centrado en el sector gastronómico de la ciudad de Cúcuta. Esta elección metodológica resultó pertinente para examinar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, permitiendo identificar dinámicas que no emergen mediante estudios cuantitativos o macroestructurales.

Población y muestra

La población estuvo conformada por establecimientos gastronómicos del departamento con potencial turístico. La muestra fue intencional y no probabilística, integrando:

Entrevistas presenciales

- Restaurante Spezia (alta cocina con uso de productos locales).

- Restaurante Dell’Amore (cocina italiana con adaptación de insumos regionales).
- El Puto Taco (cocina mexicana con productos locales y coctelería de autor).

Formulario estructurado

- La Brigada.
- Casa Central.
- La Dacha.

Técnicas e instrumentos

Se emplearon:

- Entrevistas semiestructuradas aplicadas a gerentes y administradores.
- Formulario digital con preguntas cerradas y abiertas.
- Observación directa en los establecimientos.
- Revisión documental de literatura científica, planes de desarrollo y diagnósticos turísticos regionales.

El análisis se realizó mediante triangulación cualitativa, identificando convergencias entre fuentes primarias y secundarias.

Resultados y discusión

Identidad gastronómica y uso de insumos locales

Se identificó que la mayoría de los establecimientos utiliza insumos provenientes de productores regionales, especialmente lácteos, cárnicos y frutas y verduras. Esta práctica fortalece la identidad culinaria, dinamiza la economía campesina y permite incorporar elementos locales a la oferta gastronómica.

Los negocios de cocina internacional también integran insumos regionales, aunque con menor presencia de platos típicos transformados, mientras que restaurantes de alta cocina destacan por reinterpretar recetas tradicionales en propuestas contemporáneas.

Percepción del turismo gastronómico

Los participantes señalaron que la mayor parte de la clientela corresponde a turistas nacionales, principalmente provenientes de otras ciudades de Colombia y de Venezuela. Asimismo, se reportó presencia de visitantes internacionales vinculados a organismos multilaterales.

La temporada turística más alta se concentra en los meses de diciembre, enero y noviembre, lo que coincide con periodos festivos y de movilidad fronteriza.

Barreras para la consolidación del turismo gastronómico

Los actores identificaron los siguientes obstáculos:

1. Falta de formalización del sector: Muchos establecimientos carecen de certificaciones turísticas o procesos formales de registro.
2. Escasa promoción especializada: No existen campañas sólidas que posicionen la gastronomía regional como producto turístico.
3. Articulación limitada entre cadenas productivas: La relación entre productores locales, restaurantes y operadores turísticos es débil.
4. Insuficiencia de infraestructura turística: Problemas en señalización, vías, transporte y espacios públicos afectan la experiencia del visitante.
5. Necesidad de capacitación: Se requiere formación en idiomas, servicio al cliente, experiencia gastronómica y cultura turística.

Oportunidades identificadas

A pesar de las barreras, los empresarios manifestaron interés en:

- participar en rutas y circuitos gastronómicos
- trabajar articuladamente con productores rurales
- vincularse a capacitaciones institucionales
- promover menús basados en productos locales
- desarrollar experiencias gastronómicas (menús degustación, maridajes, cocina en vivo).

Lo anterior evidencia un ambiente favorable para construir un producto gastronómico territorial.

Discusión

Los hallazgos confirman que la gastronomía de Norte de Santander posee los atributos necesarios para consolidarse como un recurso turístico basado en la identidad territorial. La cocina regional se configura como patrimonio cultural intangible, alineado con la teoría del patrimonio cultural (Millán y Agudo, 2019), al representar saberes transmitidos intergeneracional y prácticas que fortalecen el sentido de pertenencia.

Asimismo, la interacción entre gastronomía y turismo se explica desde la teoría del turismo cultural (Richards, 2020), que destaca el interés de los visitantes por inmersas en prácticas locales, reconociendo la comida como una expresión material y simbólica del territorio.

La articulación entre turismo y sostenibilidad también emerge como elemento clave. Desde la teoría del desarrollo sostenible (Buhalis & Amaranggana, 2021), la gastronomía puede generar impactos sociales y

económicos positivos si se gestiona con criterios de responsabilidad ambiental y cultural. El uso de insumos locales observado en los establecimientos constituye un avance hacia este enfoque.

No obstante, las brechas en infraestructura, formalización y promoción limitan el aprovechamiento del potencial gastronómico. Estas debilidades coinciden con desafíos identificados en estudios nacionales (Ramírez & Cárdenas, 2024) y revelan la necesidad de un modelo de gobernanza turística que involucre a instituciones públicas, asociaciones sectoriales y productores rurales.

Conclusión

La investigación demuestra que la gastronomía de Norte de Santander constituye un eje estratégico para la diferenciación turística del territorio, al integrar identidad cultural, prácticas tradicionales y potencial económico. Aunque el departamento cuenta con una riqueza culinaria notable y con actores interesados en fortalecer el sector, la consolidación del turismo gastronómico requiere superar desafíos estructurales relacionados con la formalización empresarial, la articulación entre cadenas productivas, la capacitación del personal y la promoción turística especializada.

El estudio concluye que, con una gestión articulada y un enfoque sostenible, la gastronomía puede convertirse en un motor de desarrollo económico, cultural y social para el departamento, contribuyendo a la diversificación turística y al fortalecimiento del sentido de identidad territorial.

Referencias

- Aref, F., & Redzuan, M. (2019). Community capacity building for tourism development. *Journal of Tourism and Community Studies*, 5(2), 90–107.
- Bigné, J., & Andreu, L. (2023). El atractivo turístico como factor de competitividad de los destinos. *Estudios Turísticos Contemporáneos*, 9(1), 64–80.
- Blake, A., & Sinclair, M. (2019). Tourism and economic development. *Annals of Tourism Research*, 75(1), 88–102.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2021). Smart tourism destinations: Enhancing experience and sustainability. *Tourism Review International*, 25(1), 23–38.
- Castillo, F., & Rojas, P. (2021). Rutas del sabor en Cúcuta: análisis del potencial gastronómico. *Boletín Turístico Regional de Cúcuta*, 4(1), 40–57.
- Cooper, C. (2020). *Principios del turismo y hospitalidad*. Routledge.
- García, M., & López, J. (2022). Tradiciones y turismo: el valor de lo autóctono. *Revista Internacional de Patrimonio y Turismo Cultural*, 7(2), 210–225.
- Hall, C. M. (2022). *Food tourism: Theories and practices*. Channel View Publications.
- Hernández, M., & Lee, J. (2023). Gastronomy tourism and cultural identity: A sustainable approach. *Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 12(2), 134–148.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Kivela, J., & Crotts, J. (2020). Understanding the motivation of food tourists. *Tourism Management Perspectives*, 34(3), 102–114.
- López, A. (2020). La gastronomía como elemento diferenciador en el turismo colombiano. *Revista Científica de Economía y Turismo*, 8(2), 112–126.
- Mendoza, C., & Vera, D. (2024). El turismo gastronómico en Norte de Santander: una visión desde la cultura y la economía. *Revista Nortesantandereana de Turismo y Desarrollo*, 5(2), 77–91.

- Millán, A., & Agudo, N. (2019). El turismo gastronómico y su relación con el turismo rural y cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 123–135.
- Ortega, L. (2023). Sabores del Catatumbo: turismo gastronómico como identidad regional. *Revista Identidad y Cultura del Norte*, 2(3), 55–68.
- Pineda, L., & Rodríguez, M. (2022). Rutas gastronómicas como producto turístico en Colombia. *Estudios y Perspectivas del Turismo*, 21(4), 301–318.
- Ramírez, J., & Cárdenas, P. (2024). Turismo gastronómico en Colombia: una oportunidad para el desarrollo local. *Revista Colombiana de Turismo y Sociedad*, 6(1), 55–68.
- Richards, G. (2020). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(4), 631–648.
- Romano, G., & Bianchi, S. (2021). Culinary tourism as a driver for rural development in southern Italy. *International Journal of Gastronomy and Tourism*, 9(3), 201–215.
- UNESCO. (2021). *Cultura y patrimonio para el desarrollo sostenible*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Vásquez Farfán, N., Mullo Romero, E. del C., & Cajo Riofrio, M. C. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Esprint Investigación*, 4(1), 196–208.
- Vire Bustamante, R. D. (2019). Relación entre turismo, gastronomía y alimentación saludable en Ecuador. *Revista de Estudios Turísticos*, 4(2), 893–910.
- Yacuzzi, E. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación*. Universidad del CEMA.