	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 1 de 7</b>

16.

<b>FECHA</b>	jueves, 10 de diciembre de 2020
--------------	---------------------------------

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad


<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Seccional Ubaté
<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
Palomares Cañon	Andrés Fabián	1071608613

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 2 de 7</b>

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

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
Melo Perdomo	Sandra Milena

<b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>
Plan estratégico para el desarrollo turístico en el municipio de Carmen de Carupa 2020-2023.

<b>SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)</b>

<b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía</b>
Administrador de empresas

<b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b>
27/11/2020	93

<b>DESCRITORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)</b>	
<b>ESPAÑOL</b>	<b>INGLÉS</b>
1.Turismo	Tourism
2.Inventario turístico	Tourist inventory
3.Matrices Organizacionales	Organizational matrices
4.Desarrollo turístico	Turistic development
5.Atractivos turísticos	Tourist attractions
6.Planeamiento estratégico	Strategic planning

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 3 de 7</b>

### **RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS** (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Esta reestructuración nace de una problemática de tipo organizativo en la que busca generar 3 estrategias fundamentales para el desarrollo y solución de esta, para ello lo primero que se fijó fue un objetivo general el cual es: proponer un plan estratégico para el desarrollo turístico del municipio de Carmen de Carupa 2020-2023, y cuatro objetivos específicos que contribuyen a la consecución de la meta propuesta; dado esto fue importante definir lo que es un atractivo turístico y un producto turístico debido a que son términos semejantes, puesto que uno es la consecuencia y transformación del otro y por otro lado se determina el tipo de investigación, siendo de enfoque mixto tanto cualitativo como cuantitativo. Esta temática fue de gran importancia parte del trabajo de campo realizando visitas físicas a los diferentes destinos que la administración de Carmen de Carupa señaló como potenciales, cabe considerar la importancia de los documentos existentes y de trabajos pasados dentro de la oficina de turismo los cuales fueron otorgados como base de algunos asuntos para el desarrollo de este: documentos tales como el plan de desarrollo turístico, libros históricos dentro de la parroquia municipal, entre otros.

Se plantea entonces por medio de matrices organizacionales tales como: DOFA, POAM, PCI, MEFI, MEFE, MIE, VESTER; una serie de factores críticos desglosados en varios aspectos como lo social, económico, geográfico, comparativo, financiero, factores que fueron evaluados y comparados dando una visión más detallada del punto de partida para generar las estrategias que apuntaron y ayudaron en pro del desarrollo al sector turístico de Carmen de Carupa.

This restructuring arises from an organizational problem in which it seeks to generate 3 fundamental strategies for the development and solution of this, for this the first thing that was set was a general objective which is: to propose a strategic plan for the tourist development of the municipality by Carmen de Carupa 2020-2023, and four specific objectives that contribute to the achievement of the proposed goal; Given this, it was important to define what is a tourist attraction and a tourist product because they are similar terms, since one is the consequence and transformation of the other and, on the other hand, the type of research is determined, being of a mixed approach both qualitative and quantitative. This topic was of great importance, part of the field work, making physical visits to the different destinations that the Carmen de Carupa administration pointed out as potential, it is worth considering the importance of existing documents and past work within the tourist office which were granted as the basis of some matters for the development of this: documents such as the tourism development plan, historical books within the municipal parish, among others.

It then arises through organizational matrices such as: DOFA, POAM, PCI, MEFI, MEFE, MIE, VESTER; a series of critical factors broken down into various aspects such as social, economic, geographic, comparative, financial, factors that were evaluated and compared giving a more detailed view of the starting point to generate the strategies that aimed and helped the sector to develop tourist of Carmen de Carupa.



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 4 de 7</b>

### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 5 de 7</b>

autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

**SI** \_\_\_ **NO** X.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 6 de 7</b>

patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.


e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 7 de 7</b>



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



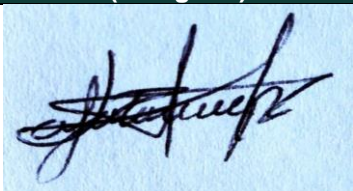
**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Plan estratégico para el desarrollo turístico en el municipio de Carmen de Carupa 2020-2023.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Palomares Cañon Andrés Fabián	

21.1-51-20.

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURISTICO EN EL MUNICIPIO  
DE CARMEN DE CARUPA 2020-2023

PALOMARES CAÑÓN ANDRÉS FABIÁN

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA – SECCIONAL UBATÉ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
UBATE, CUNDINAMARCA  
2020



PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURISTICO EN EL MUNICIPIO  
DE CARMEN DE CARUPA 2020-2023

PALOMARES CAÑÓN ANDRÉS FABIÁN

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR TITULO DE PROFESIONAL EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MODALIDAD:  
REESTRUCTURACION

Director trabajo de grado:  
SANDRA MILENA MELO PERDOMO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA – SECCIONAL UBATÉ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
UBATE, CUNDINAMARCA  
2020

## **Dedicatoria**

A mis padres Martin Palomares y Nancy Cañon por su apoyo incondicional

## **Agradecimientos**

Primeramente, a Dios por permitirme culminar mi carrera profesional de manera exitosa. A cada uno de los docentes de la Universidad de Cundinamarca que estuvieron presentes en mi formación personal y profesional. A mi tutora Sandra Milena Melo Perdomo por su gran dedicación, paciencia y tiempo prestado a ayudarme reforzando mis conocimientos y poder sacar adelante este gran proyecto. A la oficina de cultura y turismo del municipio de Carmen de Carupa por brindarme la oportunidad de hacer parte de su proceso de planeación y por último a mi mujer por ser el apoyo incondicional, mi ánimo y la fuerza en momentos difíciles.

**NOTA DE ACEPTACION:**

---

---

---

---

**FECHA DE SUSTENTACION**

---

**FIRMA DE JURADO**

---

**FIRMA DE JURADO**

Ubaté, noviembre de 2020

## TABLA DE CONTENIDO

1	TABLAS .....	7
2	ILUSTRACIONES.....	8
3	TITULO .....	9
4	ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD): .....	10
5	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
6	JUSTIFICACIÓN.....	12
7	OBJETIVOS.....	13
7.1	OBJETIVO GENERAL .....	13
7.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
8	MARCO DE REFERENCIA .....	14
8.1	MARCO TEÓRICO .....	14
8.1.1	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO .....	14
8.1.2	DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.....	15
8.1.3	MATRICES PCI Y POAM .....	15
8.1.4	ANÁLISIS FODA.....	16
8.2	MARCO CONCEPTUAL.....	18
8.2.1	TURISMO .....	18
8.2.2	ATRATIVOS TURISTICOS.....	19
8.2.3	PRODUCTOS TURISTICOS .....	19
8.3	MARCO LEGAL .....	21
9	DISEÑO METODOLÓGICO PRELIMINAR .....	23
9.1	ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	23
9.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA .....	23
9.3	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO .....	23
9.4	DATOS GEOGRÁFICOS: .....	24
9.5	TECNICAS DE RECOLECCION .....	25
9.5.1	OBSERVACIÓN Y VISITAS:.....	25
9.5.2	ENTREVISTA:.....	25
9.5.3	ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS: .....	25
10	ESQUEMA TEMATICO .....	26
10.1	MATRIZ PCI Y POAM .....	27
10.2	MATRIZ PCI .....	27
10.2.1	CAPACIDAD DIRECTIVA.....	27
10.2.2	CAPACIDAD TALENTO HUMANO .....	29
10.2.3	CAPACIDAD FINANCIERA .....	31
10.2.4	CAPACIDAD COMPETITIVA.....	33
10.2.5	CAPACIDAD TECNOLÓGICA.....	35
10.3	MATRIZ POAM .....	37
10.3.1	POLITICOS .....	37

10.3.2	SOCIALES .....	39
10.3.3	ECONOMICOS.....	41
10.3.4	COMPETITIVOS .....	43
10.3.5	TECNOLÓGICOS .....	45
10.3.6	GEOGRAFICOS.....	47
10.4	MATRIZ MEFE Y MEFI .....	49
10.4.1	MATRIZ MEFI .....	50
10.4.2	MATRIZ MEFE.....	51
10.5	MATRIZ MIE.....	52
10.6	MATRIZ DAFO .....	53
10.7	MATRIZ DAFO CRUZADO .....	54
10.8	MATRIZ MCPE.....	56
10.9	MATRIZ VESTER .....	59
10.10	MATRIZ DE PLAN DE ACCION .....	62
10.11	MATRIZ DE MONITOREO Y EVALUACION .....	69
11	RECOMENDACIONES.....	73
12	CONCLUSIONES .....	74
13	BIBLIOGRAFÍA .....	75
14	VALORACION DE RESULTADOS (EVIDENCIAS) .....	77
14.1	INVENTARIO TURISTICO .....	77
15	ANEXOS.....	78
15.1	CAPILLA DE CABRERA .....	78
15.2	CHORROS DE SALINAS.....	80
15.3	CERROS DE SANTUARIO Y SANTUARIA.....	82
15.4	PARAMO DE GUARGUA .....	84
15.5	CAPILLA DE NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCIÓN .....	86
15.6	CAPILLA DE SAN JOSÉ .....	88
15.7	CAPILLA DE SAN ANTONIO .....	90
15.8	MUSEO FOTOGRÁFICO .....	92

## 1 TABLAS

<i>Tabla 1. Marco Legal. Fuente: Consulta de normatividad colombiana y adaptaciones del autor .....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 2 . Tabla Matriz PCI, Capacidad Directiva. Fuente: Propia .....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 3 Matriz PCI. Capacidad Talento Humano. Fuente: Propia .....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 4. Matriz PCI. Capacidad Financiera. Fuente: Propia .....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 5. Matriz PCI. Capacidad Competitiva. Fuente: Propia.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 6. Matriz PCI. Capacidad Tecnológica. Fuente: Propia .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 7. Matriz POAM. Políticos. Fuente: Propia .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 8. Matriz POAM. Sociales. Fuente: Propia.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 9. Matriz POAM. Económicos. Fuente: Propia.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 10. Matriz POAM. Competitivos. Fuente: Propia.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 11. Matriz POAM. Tecnológicos. Fuente: Propia .....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 12. Matriz POAM. Geográficos. Fuente: Propia .....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 13. Matriz MEFI. Fuente: Propia.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 14. Matriz MEFE. Fuente: Propia.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 15. Matriz MIE. Fuente: Propia.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 16. Matriz DAFO. Fuente: Propia.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 17. Matriz DAFO Cruzado. Fuente: Propia.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 18. Matriz cuantitativa de planeación estratégica. Fuente: Propia .....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 19. Matriz Vester. Fuente: Propia.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 20. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 1. Fuente: Propia .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 21. Presupuesto Estrategia N.º 1. Fuente: Propia .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 22. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 2. Fuente: Propia .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 23. Presupuesto Estrategia N.º 2. Fuente: Propia .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 24. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 3. Fuente: Propia .....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 25. Presupuesto Estrategia N.º 3. Fuente: Propia .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 26. Matriz Monitoreo y Evaluación. Fuente: Propia .....</i>	<i>72</i>

## 2 ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Grafica Matriz Vester. Fuente: Propia</i>	60
<i>Ilustración 2. Ficha de inventario turístico, Capilla de Cabrera. Fuente: Propia</i>	78
<i>Ilustración 3. Ficha de inventario turístico, Chorro de Salinas. Fuente: Propia</i>	80
<i>Ilustración 4. Ficha de inventario turístico, Cerros de Santuario y Santuaría. Fuente: Propia</i>	82
<i>Ilustración 5. Ficha de inventario turístico, Paramo de Guargua. Fuente: Propia</i>	84
<i>Ilustración 6. Ficha de inventario turístico, Capilla de nuestra señora del Carmen. Fuente: Propia</i>	86
<i>Ilustración 7. Ficha de inventario turístico, Capilla de San José. Fuente: Propia</i>	88
<i>Ilustración 8. Ficha de inventario turístico, Capilla de San Antonio. Fuente: Propia</i>	90
<i>Ilustración 9. Ficha de inventario turístico, Museo Fotográfico. Fuente: Propia</i>	92

### **3 TITULO**

Plan estratégico para el desarrollo turístico en el municipio de Carmen de Carupa  
2020-2023.



#### **4 ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD):**

Reestructuración de empresa

## 5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El municipio de Carmen de Carupa posee problemáticas de tipo organizativo que impiden el crecimiento y diversificación en aspectos tales como el desarrollo turístico y requieren atención para ser presentado de manera más estructurada.<sup>1</sup>

Este fenómeno podemos evidenciarlo ya que falta explotar el potencial turístico que tiene el municipio de Carmen de Carupa debido a falta de guías, rutas turísticas y un cronograma organizacional de los diferentes sitios turísticos definidos y por definirse, lo cual ocasiona que los visitantes no puedan decidirse sobre que le llama más la atención del municipio ya que no tienen conocimiento sobre los mismos; así mismo falta una cultura que promueva el turismo en el municipio donde se evidencien las diferentes costumbres y tradiciones que pueden ser fuente potencial tanto económica como social.

¿De qué manera contribuir para que el municipio de Carmen de Carupa logre poseer una ventaja competitiva en el turismo a través de un análisis estratégico, y pueda atraer a muchos visitantes de manera integral?

---

<sup>1</sup> LÓPEZ, T. Q. (2018-2022). PLAN DE DESARROLLO TURISTICO CARMEN DE CARUPA. CARUPA.

## 6 JUSTIFICACIÓN

En las últimas décadas la actividad turística se ha convertido en un factor económico, social y ambiental de gran relevancia para el desarrollo de una región, municipio o lugar específico ya que el viajar es una de las actividades más reconfortantes para el ser humano, el cual permite salir por un lapso de tiempo del estrés de la vida cotidiana y logra generar momentos de ocio, aprendizaje e interacción con nuevas culturas y el medio ambiente; también es un aspecto clave en el mejoramiento de la reputación y el posicionamiento de un dicho lugar, promoviendo todos sus esfuerzos en cultura, actividades deportivas, destinos históricos, eventos, educación, etc.<sup>2</sup>

Se busca planificar una estrategia basada en variables socioeconómicas y demográficas actuales que posee el municipio de Carmen de Carupa, con el fin de dar un enfoque ligado al direccionamiento o lineamiento a seguir en pro del desarrollo del sector turístico de la región; trae consigo beneficios tales como el mejoramiento de la calidad de vida de la población local debido a que genera empleo directa e indirectamente: directamente cuando se trabaja con el turismo en si e indirectamente cuando se potencia el consumo de productos locales; La importancia de plantear un documento que contenga toda la información sobre oferta y demanda del estado actual del turismo en Carmen de Carupa permite a su administración municipal tener un punto de partida a muchos aspectos de interés común tales como: principales competidores, que tipo de visitantes son los más recurrentes, ventaja competitiva, entre otros; para esto se debe contar con la participación dinámica de la comunidad local para el fortalecimiento y construcción de objetivos que se planteen para el desarrollo de esta actividad.

---

<sup>2</sup> BLANCO, Paloma; VÁZQUEZ, Valente; REYES, Juan; GUZMÁN, Mauricio. Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

## **7 OBJETIVOS**

### **7.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer un plan estratégico para el desarrollo turístico del municipio de Carmen de Carupa 2020-2023.

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la situación actual del subsector turístico.
- Evaluar los factores críticos
- Diseñar el plan de acción para el subsector turístico que incluya los objetivos y estrategias para el periodo 2020-2023.
- Definir las herramientas de evaluación del plan de acción.

## 8 MARCO DE REFERENCIA

### 8.1 MARCO TEÓRICO

El turismo en las últimas décadas ha sido pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo económico, social y cultural de una región, y en el cual existen cantidad de actores capaces de intervenir directa o indirectamente; que con el debido conocimiento y guía podrían hacer que estos lugares explotaran su máximo potencial y con mejora continua tener ventajas competitivas con respecto a otras regiones que puedan ofrecer el mismo producto o servicio.<sup>3</sup>

En torno a esto se recopilará información de las teorías y guías que se pueden aplicar en el turismo y favorecerán la ejecución de este trabajo.

#### 8.1.1 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Dada la importancia de ejecutar de manera correcta el proyecto se debe plantear una base organizada y estructurada para el desarrollo del proyecto que fomente orden en su planteamiento y priorice un sistema, que gire en torno a una teoría innovadora direccionada a la ventaja competitiva que logre sobresalir y dar mayor relevancia a los puntos fuertes del turismo en Carmen de Carupa.

Se define el planeamiento estratégico como un proceso que consiste en el análisis sistemático de los puntos fuertes y débiles de la organización, y de las oportunidades y amenazas del ambiente externo, con el fin de formular estrategias y acciones estratégicas para aumentar la competitividad y su nivel de determinación, basándose siempre en los elementos más humanos y que ayudaran a comprender el desafío de la organización<sup>4</sup>.

La determinación de la dirección que llevará el planteamiento estratégico implica tener una visión de lo que se quiere lograr obtener como resultado final, para ello se debe tener conocimiento de la situación actual del municipio; señalando los puntos fuertes y débiles, se puede lograr mediante esquemas muy efectivos como lo es la matriz DOFA que dará un punto de partida y fijara un eje central para el desarrollo de la estrategia teniendo como base el conocimiento previo de los destinos y recursos turísticos que presenta el municipio, sin embargo se debe trazar metas que puedan abarcar nuevos mercados y que determinen cuales pueden ser

---

<sup>3</sup> BLANCO, Paloma; VÁZQUEZ, Valente; REYES, Juan; GUZMÁN, Mauricio. Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

<sup>4</sup> PEREIRA, M. F. Planeamiento Estratégico: teorías, modelos y procesos. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/3193/319345197014.pdf>. (consultado el 20 de julio 2020).

los competidores directos e indirectos y como contrarrestarlos mediante un producto diferenciado y con mejora continua.

### **8.1.2 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL**

Es la necesidad de una auditoría integral de la organización, para abarcar la evaluación del entorno (factores externos) y la evaluación de las fortalezas y debilidades de la empresa (factores internos). Con base a lo anterior, el diagnóstico organizacional implica el análisis de los aspectos externos y su impacto en la organización, equiparándolos, a su vez, con los aspectos internos, la evaluación de estos escenarios permite diseñar estrategias de maximización de oportunidades y de minimización de amenazas haciendo uso eficiente de los recursos organizacionales.<sup>5</sup>

El diagnóstico nos permite tener conocimiento del estado actual en el que se encuentra el sector turístico en el municipio de Carmen de Carupa y evalúa factores necesarios para determinar problemáticas que se estén presentado internamente, analizándolos con datos verídicos y analíticos; se realiza el diagnostico de forma precisa con el apoyo de matrices administrativas.

### **8.1.3 MATRICES PCI Y POAM**

El perfil de capacidad institucional (PCI) es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio interno. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico de una empresa involucrando en él todos los factores que afectan su operación corporativa.<sup>6</sup>

La matriz perfil de capacidad institucional (PCI) evaluará una serie de factores que están relacionados y/o afectan directamente el desarrollo del sector turístico en el municipio de Carmen de Carupa, dando una imagen clara del desempeño del sector a través de las fortalezas y debilidades más relevantes las cuales obtendrán una calificación de -3 a 3 dependiendo el grado de importancia de cada característica.

El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que

---

<sup>5</sup> DAVID, Fred (2003), Conceptos de Administración Estratégica. (en línea) <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062051021/29062051021.pdf>. (consultado el 06 de junio 2020)

<sup>6</sup> SERNA; GOMEZ, 2008. Análisis externo, Análisis interno. (en línea) <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6418/PROYECTO%20DIAGN%C3%93STICO%20ORGANIZACIONAL%20PARA%20LA%20EMPRESA%20RESTAURANTE%20PUEBLITO%20PAISA%20DE%20GIRARDOT%20%281%29%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (consultado el 06 de junio 2020)

permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia. Un grupo estratégico puede determinar si un factor o el entorno constituyen una amenaza o una oportunidad para la firma.<sup>7</sup>

Esta matriz dará una perspectiva del ámbito externo del sector turístico, determinando las amenazas y oportunidades potenciales mediante 6 aspectos como lo son: político, social, económico, competitivo, tecnológico y geográfico, cada uno con una serie de factores que serán calificados dando un nivel bajo, medio o alto y analizados según su grado de impacto.

#### **8.1.4 ANÁLISIS FODA**

Determina de forma proactiva y sistemática los factores que intervienen en el entorno de la organización y logran fijar un mejor parámetro para el momento de la toma de decisiones, ya que determina la situación actual en la que se encuentra la empresa; a través de esto se logra identificar aspectos que se puedan pasar por alto o de los que no se hayan tenido conocimiento alguno de su existencia, pero que intervienen y no permiten el avance o desarrollo que se debe tener, ya que el crecimiento acelerado del mercado no permite pausa o estancamientos si no por el contrario se pelea por ser un producto o servicio anticipativo a la competencia con nuevas y mejoras estrategias.

El análisis FODA Estas siglas aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson y Strikland establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas; mediante la recopilación de datos precisos, honestos y enfocados en el tema que se quiere abordar con detalle.<sup>8</sup>

Las fortalezas son los puntos fuertes que tiene la organización capaz de generar éxito y son fundamentales para el desarrollo, logrando obtener una buena imagen ante los clientes, es el por qué somos mejores ante los competidores en aspectos

---

<sup>7</sup> SERNA; GOMEZ. Op. Cit.

<sup>8</sup> Thompson, A. y Strikland, K.F.C. Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas. (en línea) <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>. (consultado el 20 de julio 2020).

tales como el desempeño interno y externo de la empresa; las oportunidades hacen énfasis a escenarios emergentes o factores externos que pueden generar impacto, se deben identificar de manera precisa para identificar si hacen bien para el desarrollo, crecimiento y expansión de la compañía; las debilidades se pueden presentar de forma en que limiten el crecimiento del sector en el municipio, También puede ser algo que el municipio no tenga o carezca como lo podría una página web; por ultimo las amenazas se presentan como posibles impactos negativos que son externos a la organización y pueden hacer daño al desarrollo de la actividad.



## 8.2 MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo del proyecto se dará a conocer los conceptos más relevantes sobre turismo, cada uno a juicio de tres fuentes o autores diferentes para crear una imagen más global de lo que estamos interviniendo mediante la realización de este; para ello se ha valido de páginas web académicas y no académicas, pero constituidas como entidades mundiales como lo es OMT (organización mundial de turismo) y otra página denominada FONTUR (fondo nacional de turismo) que es un Patrimonio Autónomo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Los conceptos que vamos a identificar son los siguientes: turismo, atractivos turísticos y producto turístico ya que es fundamental conocer su significado, tanto para abordar el tema como para diferenciarlos:

### 8.2.1 TURISMO

Según LEY 1558 DE 2012 en el artículo 26 define turismo como un conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.<sup>9</sup>

Para KNEBEL, turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivadas por el lucro.<sup>10</sup>

La OMT, define turismo como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> CONGRESO de la república de Colombia. ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

<sup>10</sup> KNEBEL, Hans Joachin. Sociología del Turismo. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713891004.pdf>. (consultado el 16 de septiembre 2020).

<sup>11</sup> (OMT) *Organización Mundial del Turismo*. Glosario de términos de turismo. (en línea). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>. (consultado el 16 de septiembre 2020).

## 8.2.2 ATRACTIVOS TURISTICOS

Según FONTUR (Fondo nacional de turismo) define atractivo turístico como todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.<sup>12</sup>

ACERENZA, identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite (al destino) y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas.<sup>13</sup>

Para la OMT (organización mundial de turismo) los atractivos turísticos son aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano de un hombre que combinados con los recursos turísticos son capaces de generar un desplazamiento a un determinado destino turístico.<sup>14</sup>

## 8.2.3 PRODUCTOS TURISTICOS

Según FONTUR (Fondo nacional de turismo) define producto turístico como la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas.<sup>15</sup>

Para la OMT (organización mundial de turismo) un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles

---

<sup>12</sup> FONTUR. glosario de terminología de turismo. (en línea). <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>. (consultado el 25 de agosto 2019).

<sup>13</sup> ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo, Conceptualización y organización. (en línea). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>. (consultado el 25 de agosto 2019).

<sup>14</sup> (OMT) Organización Mundial del Turismo. Glosario de términos de turismo. (en línea). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>. (consultado el 16 de septiembre 2020).

<sup>15</sup> FONTUR. Op. Cit.

clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.<sup>16</sup>

La definición que recoge el autor ACERENZA sobre el producto turístico sería la siguiente: Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> (OMT) Organización Mundial del Turismo. Op. Cit.

<sup>17</sup> ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo, Conceptualización y organización. (en línea). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>. (consultado el 25 de agosto 2019).

### 8.3 MARCO LEGAL

La Constitución Política de Colombia de 1991	Artículos 8 y 95. Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.
La Constitución Política de Colombia de 1991	Artículos 44 y 52. Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre
Ley 300 de 1996	Por la cual se expide la ley general del turismo
Decreto 504 de 1997	Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo
Decreto 503 de 1997	Reglamentación del ejercicio de la profesión de Guía de Turismo; orientar, conducir, instruir y asistir al viajero durante la ejecución del servicio contratado.
Resolución 1912 de 2017	Es deber del Estado proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación
Resolución 0049 de 2002	Establece que el Ministerio de Desarrollo Económico llevará un Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos

Resolución 1622 de 2005	Por la cual se adopta el Manual de Señalización Turística Peatonal; se requiere que el Ministerio de Comercio Industria y Turismo reglamente el manejo adecuado de la señalización turística peatonal, como instrumento básico para mejorar la competitividad de los destinos.
Ley 1558 de 2012	Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y concertación y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.
Ley general de cultura (Ley 397 de 1997) Título 2: Patrimonio cultural de la Nación.	Artículo 4: El patrimonio cultural de la nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones.

Tabla 1. Marco Legal. Fuente: Consulta de normatividad colombiana y adaptaciones del autor

## **9 DISEÑO METODOLÓGICO PRELIMINAR**

### **9.1 ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la realización de la investigación se va a utilizar un Enfoque Mixto debido a que se requiere a nivel cuantitativo del análisis de datos numéricos en graficas estadísticas que se aprecian en el plan de desarrollo turístico del municipio, datos históricos recolectados en la parroquia de Carmen de Carupa y empíricos recolectados en el sector a investigar, para dar solución a la pregunta de investigación o para refutar o verificar una hipótesis. Y por parte del cualitativo se va a utilizar la recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones tales como el plan de desarrollo turístico del municipio de Carmen Carupa en el que se puede apreciar una encuesta que arrojará datos descriptivos de la situación turística en la región y la participación en talleres brindados por la administración municipal de Carmen de Carupa. El cual nos permita ejecutar una serie de matrices con el fin de realizar un análisis objetivo, dando claridad y precisión a la ejecución en cada una de estas.

### **9.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA**

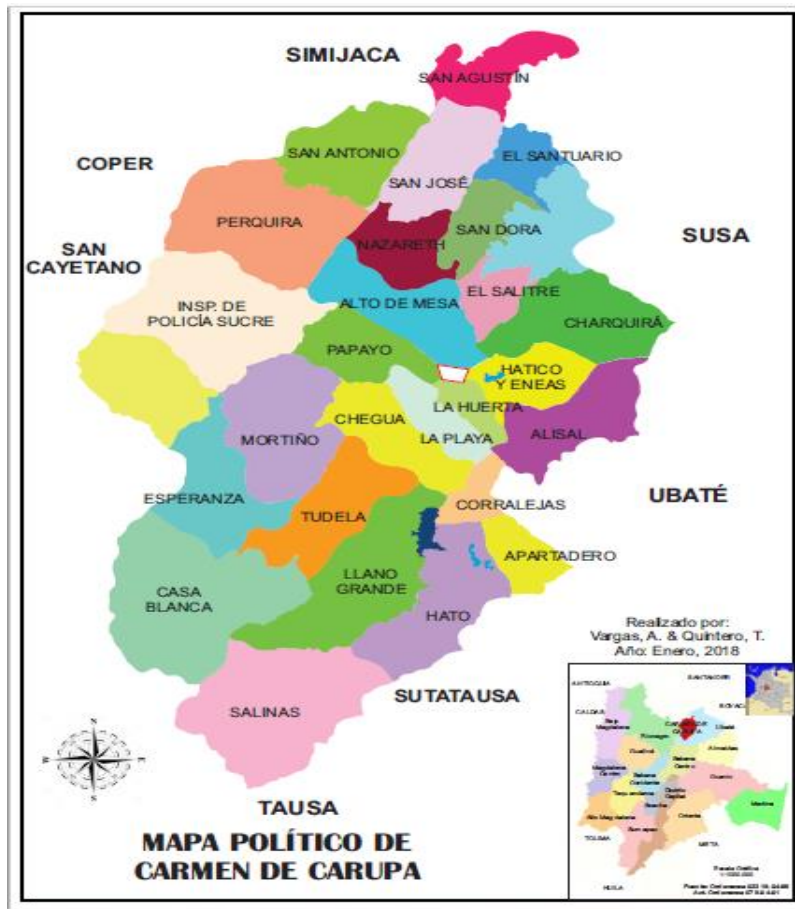
Lo que se busca es lograr un objetivo concreto como lo es una propuesta estratégica en un área delimitada que es el turismo en el municipio de Carmen de Carupa y definirlo con un perfil específico ya que alude a la caracterización de destinos turísticos y se basa en variables socioeconómicas y demográficas en base al entorno natural en el que se ubica el municipio y que por ser en su mayoría paramo y tener un ecosistema de mucho atractivo hace que sea realmente un imán para los turistas.

### **9.3 POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO**

La población que se tomó en cuenta en el presente estudio es una muestra infinita ya que no se conoce el número exacto de posibles turistas y visitantes; está determinada por el entorno de los productos y atractivos turísticos pertenecientes al municipio de Carmen de Carupa y están ubicados tanto en el casco urbano como en la zona rural más exactamente en las veredas de: Salinas, El Hato, Llano grande, Casablanca, Mortiño, Sucre, San José, Santuario y Chegua.

Por otro lado, es importante identificar prestadores de servicios que alienten al desarrollo del turismo y estén ubicados al interior del municipio como lo pueden ser los hostales o posadas, establecimientos gastronómicos, puntos de información, entre otros.

## 9.4 DATOS GEOGRÁFICOS:



El municipio de Carmen de Carupa se encuentra localizado en el extremo norte del departamento de Cundinamarca, sobre la cordillera oriental en la provincia del Valle de Ubaté; presenta coordenadas de latitud Norte  $5^{\circ}20'$  y longitud Oeste  $-73^{\circ}54'$ . Limita al sur con los municipios de Tausa y Sutatausa, al occidente con el municipio de San Cayetano y el departamento de Boyacá con los municipios de Buenavista y Coper, al oriente con Ubaté y Susa, al norte con Simijaca.

Mapa político de Carmen de Carupa; se visualiza las 26 veredas que la conforman y su cabecera municipal.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> LÓPEZ, tomas quintero. Plan de desarrollo turístico Carmen de Carupa. 2018-2022. (consultado el 15 de agosto 2019).

## **9.5 TECNICAS DE RECOLECCION**

### **9.5.1 OBSERVACIÓN Y VISITAS:**

Investigación de campo que se realizará directamente en el medio donde se presenta el objeto de estudio, implementándose este en el municipio de Carmen de Carupa en 8 atractivos turísticos, identificados por la oficina de turismo los cuales están ubicados y distribuidos en las veredas: Llano Grande, Salinas, Santuario, Casa Blanca, Mortiño, el Hato, San José, Sucre, y en el casco urbano.

### **9.5.2 ENTREVISTA:**

Previamente realizada directamente con la oficina de cultura y turismo para recopilar datos pertinentes al turismo y para tener una mejor idea de las necesidades que tiene este sector.

Y para tener conocimiento de cada uno de los lugares turísticos con los que cuenta el municipio y otros que pueden ser considerados como potenciales.

### **9.5.3 ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS:**

Se tendrán en cuenta datos que se puedan recopilar en fuentes alternas digitales como lo es el internet en la que se podrá ver información del municipio, normatividad, plan de desarrollo, datos históricos, organización mundial de turismo (OMT) y todo lo que involucra la LEY 300 DE 1996.



## 10 ESQUEMA TEMATICO

Las matrices estratégicas son un conjunto de herramientas analíticas las cuales nos ayuda a seleccionar la estrategia adecuada a cada uno de los productos/servicios de la empresa o a cada una de sus líneas o unidades de negocio. El análisis de estrategias corporativas es de vital importancia, puesto que marcará el futuro de nuestra empresa indicando en que líneas de negocio tenemos que invertir, mejorar, expandir, desinvertir o incluso cerrar.<sup>19</sup>

Las matrices permiten tener un panorama específico y concreto de diferentes factores que se encuentran dentro del entorno del sector turístico o que se ejecuta de manera interna o externa, además permite tener un proceso estructurado con el fin de determinar estrategias orientadas al desarrollo pero que no van a ser definitivas ya que pueden surgir nuevas variantes debido a las variaciones que sufre constantemente el mercado.

Lo más importantes de la elaboración de las matrices es que encadenan los factores y aspectos dados, no permitiendo que se desvíe del objetivo que se planteó y jerarquiza lo más importante para dar una solución encaminada a la mejora continua.

---

<sup>19</sup> Fuente anónima informal. Matrices estratégicas. (en línea). <https://www.competitividadyestrategia.com/matrices-estrategicas.html>. (consultado el 08 de mayo 2020).

## 10.1 MATRIZ PCI Y POAM

Se realiza con el fin de identificar una serie de factores tanto internos como externos que determinan la fuerza competitiva del sector turístico, está se clasifican en cinco factores internos: directivos, talento humano, financieros competitivos y tecnológicos; 6 externos: político, social, económico, competitivo, tecnológico y geográfico. A partir de esto se da una calificación dentro de un rango de -3 a 3 que va de acuerdo a la importancia que se tenga según su impacto en el medio en el que se desenvuelve; determinando cuales son los factores de mayor calificación y a los que se tendrán en cuenta para la realización de las estrategias competitivas.

## 10.2 MATRIZ PCI

### 10.2.1 CAPACIDAD DIRECTIVA

En este aspecto se determina la capacidad que poseen sus administrativos para planear, hacer, verificar y actuar, por lo tanto, se identifican una serie de características que evalúen la forma en que se está llevando a cabo el direccionamiento de la organización y que tenga un enfoque estratégico para la consecución de los objetivos.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA							
AUDITORIA INTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA							
ASPECTO INTERNO	VALORACIÓN CUANTITATIVA					VALORACIÓN CUALITATIVA.	
CAPACIDAD DIRECTIVA	DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
uso de análisis y planes estratégicos			X				actualización según periodo administración municipal
velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	x						condiciones cambiantes como la globalización o como lo sucedido a causa de la pandemia que es algo atípico para todos los sectores.

habilidad para atraer y retener gente creativa	x						cada periodo administrativo municipal trae consigo cambio de personal.
experiencia y conocimiento de Directivos				x		x	la desarrollan empíricamente y dado eso por ser un periodo de administración corto les falta por implementar muchos aspectos.
estructura organizacional				x			se desarrollan por periodos de tiempo relativamente cortos
toma de decisiones					x		se centra en el liderazgo participativo.
Calidad en los eventos culturales realizados en el municipio						x	característica relevante ya que atrae a cantidad de visitantes por la calidad y organización de sus eventos.
capacidad para enfrentar la competencia		x					los atractivos y recursos turísticos no cuentan con los suficientes servicios alternos como cafetería, hospedajes, entre otros.
habilidades para responder a tecnologías cambiantes		x					realizan gestiones ante los entes gubernamentales para tener el presupuesto necesario
plan de negocios de la empresa			x				el plan de negocios es incompleto le falta más organización y afluencia en el mercado.

Tabla 2 . Tabla Matriz PCI, Capacidad Directiva. Fuente: Propia

## 10.2.2 CAPACIDAD TALENTO HUMANO

Evalúa de manera inteligente los resultados de la organización y el direccionamiento interno que sigue con su personal, con el fin de cumplir con los objetivos y metas trazadas; es por ello que se hacen vital tener una gestión de recurso humano adecuada, en la que sus colaboradores se sientan motivados y con un alto grado de sentido de pertenencia.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA.							
AUDITORIA INTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA							
ASPECTO INTERNO	VALORACIÓN CUANTITATIVA			VALORACIÓN CUALITATIVA.			
CAPACIDAD TALENTO HUMANO	DEBILIDAD			FORTALEZA.			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
profesional en gestión turística o afines			x				no cuenta con la persona adecuada para guiar un proceso de desarrollo turístico.
condiciones de trabajo				x			optimas, pero no brinda estabilidad por tiempo de periodo administrativo
estabilidad laboral				x			se está trabajando con todas las condiciones de ley
sentido de pertenencia						x	característica principal de los habitantes de Carmen de Carupa.
rotación del personal	x						no se maneja este tipo de estrategia.
experiencia técnica				x			personal medianamente adecuado, pero improvisando en tareas que desconocen.
nivel académico				x			requerimientos mínimos como técnicos y tecnólogos.
imagen corporativa				x			brinda confianza a sus empleados y clientes para un mayor reconocimiento y posicionamiento.

trabajo en equipo						x	la buena actitud y disposición del personal.
calidad de habilidades y destrezas				x			se adquiere trabajadores no solo con experiencia, sino que se busca agilidad mental para un buen desempeño laboral.

Tabla 3 Matriz PCI. Capacidad Talento Humano. Fuente: Propia

### 10.2.3 CAPACIDAD FINANCIERA

Es un factor esencial para el desarrollo de la organización ya que se evidencia el estado económico y financiero con el que se cuenta y permite determinar si está siendo rentable, por consiguiente, pensar en una inversión que permita el crecimiento de esta.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA.							
AUDITORIA INTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA							
ASPECTO INTERNO	VALORACIÓN CUANTITATIVA						VALORACIÓN CUALITATIVA.
CAPACIDAD FINANCIERA	DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
Acceso a capital cuando se requiere.	x						capital base sin embargo gestiona con entes gubernamentales para el desarrollo de proyectos.
habilidades para competir con precios		x					no se tiene el debido conocimiento de precios base, que puedan implementar.
mercado local		x					insuficiente infraestructura comercial.
comunicación y control gerencial				x			se establecen parámetros los cuales permiten llevar en línea al mismo objetivo.
indicadores de productividad						x	se mide el nivel de desempeño de los trabajadores por metas mensuales.
indicadores de endeudamiento	x						maneja los recursos necesarios o capital base para cubrir sus obligaciones.
rentabilidad y liquidez		x					algunos productos turísticos son manejados por entes como la CAR y no generar entradas monetarias al municipio.

administración de inventarios turísticos			x				se desconocen algunos atractivos turísticos potenciales.
estabilidad de costos	x						periodo atípico debido a la pandemia mundial.
costos de producto	x						falta de planificación de un estudio de costos, y por efecto se está especulando.

Tabla 4. Matriz PCI. Capacidad Financiera. Fuente: Propia

## 10.2.4 CAPACIDAD COMPETITIVA

Situaciones cambiantes dentro de este marco de pueden evidenciar la capacidad de productividad y tácticas de mercadeo que se emplean para el momento de la venta del producto o servicio, de ahí se pueden determinar las ventajas y desventajas que la organización posee y que pueden ser vitales para el momento de enfrentar situaciones cambiantes dentro de este sector.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA.							
AUDITORIA INTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
ASPECTO INTERNO	VALORACIÓN CUANTITATIVA					VALORACIÓN CUALITATIVA.	
CAPACIDAD COMPETITIVA	DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
calidad del producto				x			genera buena imagen a pesar de no contar con la suficiente adecuación de infraestructura y productos alternos al producto turístico.
localización					x		ubicado a 82 km de Bogotá D.C. con dirección al norte, en zona de paramo e inmensa riqueza natural.
estado de vías rurales.			x				se deterioran con facilidad y no se le hace el adecuado mantenimiento constante.
cubrimiento de la demanda		x					se ve afectado por la falta de hospedajes y locales gastronómicos.
administración de clientes			x				no se tienen ningún control, ni estrategia para fidelizar clientes.
proveedores y disponibilidad de insumos		x					no cumplen con la expectativa y no se tiene ningún tipo de control sobre estos.



Transporte público hacia el municipio y zonas rurales		x					cuenta con limitadas rutas en dirección al casco urbano y rural.
rivalidad en el sector	x						los competidores directos dentro del municipio se caracterizan por tener un producto fuerte.
Diverso segmento de mercado turístico rural, cultural, religioso, acuatourismo, ecoturismo.						x	puede realizar diversa oferta de tipos de turismo
publicidad		x					se limita al mercado local
Señalización y cuadros informativos, hacia los atractivos y productos turísticos		x					se desconocen algunos productos turísticos por falta de conocimiento por parte del turista.
Acceso al municipio por vía nacional que pasa por el valle de Ubaté.					x		vía bastante, transitada ya que comunica con departamentos como Boyacá y Santander.

Tabla 5. Matriz PCI. Capacidad Competitiva. Fuente: Propia

## 10.2.5 CAPACIDAD TECNOLÓGICA

Parte tecnológica de este aspecto es la capacidad de integración de nuevas tecnologías y procedimientos sistemáticos que contribuyan con el desarrollo del sector turístico y directivo del mismo; cabe resaltar que se está en la era de la globalización y crecimiento acelerado, es por ello que se determina la capacidad de respuesta.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA							
AUDITORIA INTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
ASPECTO INTERNO	VALORACIÓN CUANTITATIVA			VALORACIÓN CUALITATIVA.			
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO
	- 1	- 2	- 3	1	2	3	
Innovación de maquinaria y equipo.	x						equipos básicos.
capacidad de implementación	x						herramientas necesarias para la mejora del producto
integración de nuevos procesos				x			se capacita para llevar a cabo nueva automatización.
infraestructura tecnológica		x					permite estar a la vanguardia de los competidores.
nivel tecnológico			x				equipamiento básico, difícil acceso a la tecnología digital e intercomunicaciones en el área rural.
procedimientos técnicos	x						falta personal adecuado para la labor, por tal razón se manejan procesos básicos.
acceso a servicios públicos						x	tiene los puntos adecuados para el manejo y adquisición de estos servicios sin dificultad alguna.
posibilidad de producción	x						existe una limitante la cual sería el transporte rural a los recursos turísticos.

detección de materias primas				x		falta de actualización de los inventarios para la adecuación de tecnologías.
automatización de los procesos.					x	manejan de manera eficiente y eficaz los equipos que poseen dando directrices adecuadas.

Tabla 6. Matriz PCI. Capacidad Tecnológica. Fuente: Propia

Uno de los aspectos determinantes dentro del análisis de la matriz PCI, es la ausencia de una persona con perfil profesional enfocado al turismo, la cual sería idónea para el desarrollo turístico del municipio, dando tiempo de adaptación a las personas que lleguen a ejercer este; quienes aun sin el conocimiento necesario han logrado obtener un buen concepto de los eventos realizados por el municipio; por otro lado la oficina de turismo no ha diseñado una idea a largo plazo de estructura organizacional, que permita tener a las siguientes administraciones un lineamiento del camino a seguir para la mejora continua del sector turístico, a partir de esto el conocimiento de los atractivos y de los productos turísticos del municipio a través de la actualización del inventario turístico con frecuencia.

El municipio puede ofrecer diversas opciones de turismo ya que posee turismo religioso, natural, cultural, entre otros, y por ende no lo convierte en un municipio con bastante atractivo turístico ya que se pueden realizar diferentes actividades. Sin embargo, los atractivos y productos turísticos no se sienten apoyados por mercados locales alternos al lugar como lo son locales gastronómicos, estaderos y puntos de información, o son pocos los que existen. Otro punto que afecta es el estado de las vías haciéndose necesario el mantenimiento con frecuencia de estas.

## 10.3 MATRIZ POAM

### 10.3.1 POLITICOS

Este factor evalúa las posibles consecuencias que la legislación colombiana dicta en el desarrollo de las actividades de la organización.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA					VALORACIÓN CUALITATIVA.	
POLITICOS	AMENAZAS			OPORTUNIDAD			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
política de estímulo a las PYMES						x	contribuir con los productos alternos entorno al atractivo turístico.
conocimiento de los directivos.				x			se busca la implementación del trabajo en equipo y producciones-meta.
política de seguridad del país			x				la falta de credibilidad de las instituciones del estado.
plan nacional de desarrollo					x		dentro de este plan puede haber gestiones que ayuden a mejorar por ejemplo las rutas de acceso que es lo primordial para el acceso a los atractivos y productos turísticos.
participación ciudadana	x						en ocasiones afecta a la empresa cuando sube al mando líder postulado y que no es el adecuado al cargo.
coordinación entre lo económico y lo social		x					la economía afecta no solo a la sociedad si no a las empresas en especial a las pequeñas debido al alza de impuestos.

código sustantivo del trabajo					x	ayuda a una mejor organización y reglamento interno para evitar inconvenientes de índole personal.
normas financieras vigentes					x	ayudan al control de entradas y salidas de costos y ventas también estar al tanto del manejo financiero de la empresa.
normatividad				x		existe una serie de instituciones empleadas por el gobierno que buscan cuidar la parte económica y financiera de las empresas

Tabla 7. Matriz POAM. Políticos. Fuente: Propia

### 10.3.2 SOCIALES

En este aspecto hace alusión al entorno social de la organización en este caso el entorno turístico el cual evalúa el comportamiento de su población, por su puesto este fenómeno involucra las costumbres y tendencias de las personas y dado esto afecta el comportamiento organizacional.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA			VALORACIÓN CUALITATIVA.			
SOCIALES	AMENAZAS			OPORTUNIDAD			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
desempleo					x		capacidad de generar nuevos empleos.
seguridad social						x	cumple con la normatividad establecida por el código sustantivo de trabajo.
Practicantes Sena						x	brindar alianzas para que sus estudiantes realicen sus prácticas y obtener un beneficio mutuo.
incremento de migración a la región		x					se ve afectada debido a que llegan a trabajar personas ajenas y no se les brinda la oportunidad a las de la comunidad local.
desplazamiento al lugar de trabajo		x					el personal en su mayoría debería contar con trasporte propio.
nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto.			x				se puede ver afectado con la llegada de personas con intenciones inadecuadas.

crisis de valores en la sociedad		x					disminuye el sentido de pertenencia de relación con la empresa.
sistema educativo y nivel de educación					x		brinda oportunidad a personas que tengan estudios recientes y certificados.
compromiso social					x		piensa en el desarrollo económico de la comunidad.
bajos ingresos de la población		x					debido a la variación económica y al año atípico debido a la pandemia, se ve afectado los ingresos de la comunidad.

Tabla 8. Matriz POAM. Sociales. Fuente: Propia

### 10.3.3 ECONOMICOS

Esta determinado por el macro ambiente entorno a la organización que la afecta directa o indirectamente; de hecho, algunos aspectos que se ven involucrados pueden ser la producción, distribución y consumo del sector de manera positiva o negativa, dependiendo el manejo interno que se le esté dando.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA						VALORACIÓN CUALITATIVA.
ECONÓMICOS	AMENAZAS			OPORTUNIDADES			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
Nicho del mercado						x	El sector del turismo está siendo una fuente de desarrollo económico para los países.
Regalías		x					los productos alternos al turismo no generan las suficientes utilidades y son vistos como negocios artesanales.
Acuerdos de libre comercio					x		se genera expansión de mercado para mayor demanda en la región.
IVA		x					debido al aumento desmedido en el último año ha proporcionado alzas en compra de materia prima.
PIB				x			mide el crecimiento interno y del sector económico del país.
Tasa de interés	x						afectan a las empresas locales que generan productos alternos al turismo.
Inestabilidad del sector			x				causas como la pandemia generan la fluctuación de la demanda.



Inflación		x					afecta a todo el entorno en general porque causa un alza continua de precios para la adquisición del producto generando pérdida del dinero.
Problemática fiscal		x					debido a la inseguridad que tenemos en el estado, la violencia que constantemente estamos viviendo.

Tabla 9. Matriz POAM. Económicos. Fuente: Propia

### 10.3.4 COMPETITIVOS

Determinado por el macro ambiente que establecen precios, costos o inversiones que la organización debe asumir con el fin de determinar si está bien preparado para competir siguiendo una serie de aspectos que debe tener en cuenta para tener un enfoque apropiado para la satisfacción de los clientes y proveedores, con relación a la lealtad de estos.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA						VALORACIÓN CUALITATIVA.
COMPETITIVOS	AMENAZAS			OPORTUNIDAD			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
sistema integral de gestión					x		norma que ayuda a la implementación de protocolos de seguridad y mejora el rendimiento de los trabajadores.
alianzas estratégicas						x	crear vínculos con el fin de obtener un beneficio mutuo con otros municipios.
ley MiPymes					x		ayuda a promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas como lo son las que giran al entorno turístico en el municipio.
competencia potencial			x				existen empresas con mayor posicionamiento en el mercado.
entrada al mercado de nuevos competidores			x				se puede ver afectado si no logra posicionarse en el mercado y mejorar los estándares del producto.

calidad-producto						x	mejorar la infraestructura de los productos para brindar una mejor atención y calidad del producto
norma ISO ambiental		x					Implementar la mejoraría el cuidado del medio ambiente y haría más llamativo el lugar.
proveedores						x	mejorar el entorno de los productos para garantizar la satisfacción del cliente.
precio de las materias primas	x						puede aumentar significativamente el costo de producción especialmente cuando hay inflación.

Tabla 10. Matriz POAM. Competitivos. Fuente: Propia

### 10.3.5 TECNOLÓGICOS

Actualmente el favor tecnológico está desempeñando un papel muy importante para el manejo y desarrollo de las empresas, debido a algo que se está llamando la era digital, en la que todo se realiza a través de la tecnología y el no estar de la mano de esta representa una desventaja frente a sus competidores.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA					VALORACIÓN CUALITATIVA.	
TECNOLÓGICOS	AMENAZAS			OPORTUNIDAD			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
impacto de las TIC					X		genera una amplia variedad de nuevas soluciones tecnológicas que permitan facilitar el trabajo de todos los eslabones de la cadena de producción.
telecomunicaciones			X				puede ser causante de que no lleguen algunos turistas al municipio por el difícil acceso a la señal de celular.
desarrollo tecnológico y comercio electrónico						X	se puede llegar a buscar un nuevo medio para la mejora de las ventas y reconocimiento de la empresa.
facilidad de acceso a la tecnología				X			en la actualidad es más cómodo de solucionar las barreras que se dan, y se encuentra a la mano para acudir a

							esta o capacitarse en ella.
globalización de la información				x			sirve para una mejor relación basada en el benchmarking debido a la relación y conocimiento que se fomenta en esta globalización.
nuevas tecnologías industriales					X		las cuales podrían contribuir con la rapidez de desarrollo del producto mediante procesos operativos.
investigaciones				X			debido a los estudios que realiza entidades prestadoras del servicio para determinar las variables del producto.
resistencia al cambio tecnológico		x					podría evidenciarse en la necesidad de implementar nuevas tecnologías, pero no son tenidas en cuentas y pasan desapercibidas
aplicación de tecnologías a la producción				x			mejora la eficiencia del proceso en el que se desarrolla el producto.
velocidad en el desarrollo tecnológico	X						es una gran oportunidad porque día a día se están creando nuevos métodos de aplicación a nivel general y para todo tipo de sector.

Tabla 11. Matriz POAM. Tecnológicos. Fuente: Propia

### 10.3.6 GEOGRAFICOS

Este factor constituye un valor fundamental en cuanto a la movilización y localización del municipio y en cómo se está orientando este tema y aspectos tales como la capacidad de respuesta ante situaciones negativas que no permitan el desarrollo del sector.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO. (P.O.A.M)							
AUDITORIA EXTERNA PARA UNA ORGANIZACIÓN ALTAMENTE COMPETITIVA.							
TURISMO CARMEN DE CARUPA.							
FACTORES EXTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA					VALORACIÓN CUALITATIVA.	
GEOGRAFICO	AMENAZAS			OPORTUNIDAD			IMPACTO
	-1	-2	-3	1	2	3	
Sistema de movilidad		x					debido a que las empresas de transporte no llegan a algunas zonas dificultando la presencia de empleados, proveedores, materia prima y más importante de turistas.
ubicación						x	relativamente cerca de Bogotá D.C y está ubicado en zona de paramos, con abundante riqueza natural.
vías de acceso		x					principal vía de acceso es por el municipio de Ubaté y no cuenta con vías alternas pavimentadas.
población				x			gran cantidad de personas para que le brinden la ayuda a la empresa prestando sus servicios laborales.
cercanía de un producto turístico a otro.	x						algunos productos y atractivos turísticos se

						encuentran bastante alejados entre sí.
condiciones climáticas y ambientales				x		el clima frío no interfiere en la prestación del servicio.
calidad de las vías		x				se debe hacer más frecuentes dado que en su mayoría son carreteras destapadas y se deterioran con rapidez
espacio					x	son espacios abiertos en su mayoría con amplio campo de esparcimiento.
recursos naturales					x	la flora y fauna que se encuentra en el municipio es extensa y muy atractiva visualmente.
Predilección de los turistas por destinos de tierra caliente			x			un clima totalmente opuesto al que se encuentra en el municipio de Carmen de Carupa.

Tabla 12. Matriz POAM. Geográficos. Fuente: Propia

En los aspectos de la matriz POAM se evidencia que tanto las amenazas como las oportunidades se presentan en igual proporción, y puede que logre maquillar algunos aspectos negativos que se pueden presentar como lo puede ser la inseguridad que puede generar la llegada de turistas ya que todos no vienen con la intención de pasar momentos de ocio y diversión, sino de hacer daño a la comunidad; entre tanto las instituciones que velan por la seguridad del municipio, como la policía nacional, han perdido credibilidad y no son tomadas en cuenta por la ciudadanía para el cuidado de los bienes correspondientes al turismo.

Existen aspectos bastantes relevantes y a los que se deben apuntar para el desarrollo del sector como lo son la ayuda de entes como el Sena ya que si se ve desde el punto económico no serían salidas relevantes de salarios y pueden contribuir con programas y planes estratégicos en algunos aspectos que se pueden ver como negativos. El desarrollo tecnológico se debe tomar como prioridad ya que ayuda a la facilitación de procesos y mantiene contacto con el cliente.

## **10.4 MATRIZ MEFE Y MEFI**

Evalúa de forma resumida los factores internos y externos dentro de las áreas funcionales de la empresa: obtenidos de las matrices POAM Y PCI, los cuales se determinaron por ser los de mayor calificación y en los que se evidencia que son aspectos claves para el desarrollo del sector.

Esta matriz se desarrolla mediante dos aspectos que son peso y calificación. El peso debe sumar el 100% de cada uno de los factores determinados, y la calificación se efectúa de la siguiente manera:

Calificar entre 1 y 4:

4. Muy importante
3. Importante
2. Poco importante
1. Nada importante

Luego se multiplica el peso y la calificación de cada factor arrojando una calificación ponderada, la cual por último se deben sumar y arrojará un dato numérico para la ejecución de la siguiente matriz (MIE).



#### 10.4.1 MATRIZ MEFI

<b>MATRIZ MEFI</b>			
<b>(FACTORES INTERNOS)</b>			
<b>TURISMO CARMEN DE CARUPA.</b>			
<b>Factores</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>DEBILIDADES</b>	61%		
1. uso de análisis y planes estratégicos	0,14	1	0,14
2. profesional en gestión turística o afines	0,12	2	0,24
3. inventario turístico	0,14	1	0,14
4. estado de vías rurales.	0,1	2	0,2
5. nivel tecnológico	0,11	2	0,22
<b>FORTALEZAS</b>	39%		
1. Calidad en los eventos culturales realizados en el municipio.	0,08	4	0,32
2. trabajo en equipo.	0,12	4	0,48
3. indicadores de productividad	0,08	4	0,32
4. Diverso segmento de mercado turístico rural, cultural, religioso, acuaturismo, ecoturismo.	0,06	3	0,18
5. automatización de los procesos	0,05	3	0,15
<b>Totales</b>	100%		2,39

Tabla 13. Matriz MEFI. Fuente: Propia

En esta calificación de 2,39 se observa que el direccionamiento interno de la empresa está por debajo de la media porque no se ha implementado un direccionamiento del sector, ni tampoco un plan a largo plazo que indique un proceso continuo que se pueda realizar en el cambio de administración y siga los proyectos que se llevaban a cabo, para dado caso es indispensable el conocimiento de lo que posee el municipio a través de inventarios turísticos; luego con un menor peso las fortalezas indican que las personas que están a cargo han logrado fortalecer el talento humano y tomar decisiones acertadas en algunos aspectos como la calidad de sus eventos incluyendo a la población local.

#### 10.4.2 MATRIZ MEFE

<b>MATRIZ MEFE</b>			
<b>(FACTORES EXTERNOS)</b>			
<b>TURISMO CARMEN DE CARUPA.</b>			
<b>Factores</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>AMENAZAS</b>	61%		
1. Política de seguridad del país	0,08	2	0,16
2. Nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto	0,1	1	0,1
3. Inestabilidad del sector	0,08	2	0,16
4. Entrada al mercado de nuevos competidores.	0,15	1	0,15
5. Telecomunicaciones	0,1	1	0,1
6. Predilección de los turistas por los destinos de clima caliente	0,1	1	0,1
<b>OPORTUNIDADES</b>	39%		
1. Política de estímulo a las PYMES	0,08	4	0,32
2. Practicantes Sena	0,08	4	0,32
3. Nicho del mercado	0,07	4	0,28
4. Alianzas estratégicas	0,08	4	0,32
5. Desarrollo tecnológico y comercio electrónico	0,04	3	0,12
6. Ubicación	0,04	3	0,12
<b>Totales</b>	100%		2,25

Tabla 14. Matriz MEFE. Fuente: Propia

De acuerdo al resultado de calificación de 2,25 se observa que el sector turístico en Carmen de Carupa, se encuentra por debajo de la media, predominando más sus amenazas especialmente el aspecto de entrada al mercado de nuevos competidores debido a que los municipios de la región se están fortaleciendo en este sector ya que brinda un crecimiento económico y aumenta el mercado local, aunque este año ha sido muy atípico debido a la pandemia mundial y se han visto afectados todos los mercados incluyendo el turístico obligando a reinventarse y sobreponerse a la situación. Por parte de las fortalezas un factor relevante son las alianzas estratégicas ya que puede ser una puerta a mercado nacional y no solo el local, dado así lo primero que debemos investigar es la población objetivo a la que vamos a apuntar.

## 10.5 MATRIZ MIE

La matriz MIE resume lo dado en las anteriores matrices realizadas, y encamina el tipo de estrategia que se debe realizar y ejecutar para el desarrollo de la reestructuración.

Esta matriz coloca en el eje X los totales ponderados de la matriz MEFI (se divide a su vez en fuerte, promedio y débil) y los totales ponderados de la matriz MEFE en el eje Y (alto, medio y bajo). La matriz también se divide en tres grandes espacios con implicaciones estratégicas o recomendaciones: Crecer y construir: celdas I, II o IV; Retener y mantener: celdas III, V o VII, y Cosechar o desinvertir: celdas VI, VIII y IX.<sup>20</sup>

### TURISMO CARMEN DE CARUPA.

		PROMEDIO PONDERADO MEFI: 2,39		
		ALTO 3_4	MEDIO 2-2.99	BAJO 1-1.99
PROMEDIO PONDERADO MEFE: 2,25	ALTO 3_4	1	2	3
	MEDIO 2-2.99	4	5	6
	BAJO 1-1.99	7	8	9

Tabla 15. Matriz MIE. Fuente: Propia

La información que arroja la matriz MIE está ubicada en la casilla número cinco que nos indica que las estrategias que se deben emplear deben ser con el fin de penetrar el mercado y el desarrollo de productos.

<sup>20</sup> PONCE, Humberto. La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

## 10.6 MATRIZ DAFO

se realiza la matriz DAFO con el fin de determinar cuáles fueron los aspectos de mayor relevancia dentro de las matrices POAM y PCI, Mostrando con Claridad las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas. La matriz es un punto de partida para la matriz FODA cruzado ya que comienza a dar claridad del lineamiento y estrategias que se pueden ejecutar y dado el caso si es necesario replantear un nuevo factor que se encuentre dentro de este y se observe que no es el adecuado para el siguiente paso.

<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DAFO</b>	
<b>TURISMO CARMEN DE CARUPA</b>	
<b>FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA</b>	<b>FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA</b>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. uso de análisis y planes estratégicos	1. Política de seguridad del país
2. profesional en gestión turística o afines	2. Nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto
3. inventario turístico	3. Inestabilidad del sector
4. estado de vías rurales.	4. Entrada al mercado de nuevos competidores.
5. nivel tecnológico	5. Telecomunicaciones
	6. Predilección de los turistas por los destinos de clima caliente
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Calidad en los eventos culturales realizados en el municipio.	1. Política de estímulo a las PYMES
2. trabajo en equipo.	2. Practicas Sena
3. indicadores de productividad	3. Nicho del mercado
4. Diverso segmento de mercado turístico rural, cultural, religioso, acuaturismo, ecoturismo.	4. Alianzas estratégicas
	5. Desarrollo tecnológico y comercio electrónico
5. automatización de los procesos	6. Ubicación

Tabla 16. Matriz DAFO. Fuente: Propia

## 10.7 MATRIZ DAFO CRUZADO

La finalidad es determinar las estrategias o variables potenciales que se deben realizar para solucionar las problemáticas que se encontraron de las matrices POAM y PCI, y se realiza mediante el cruce de los aspectos: debilidades oportunidades fortalezas y amenazas, buscando de un problema o más, exista una solución; estrategias deben ir orientadas en pro del desarrollo del sector turístico y con énfasis a la matriz MIE que determinó; el tipo de estrategias a aplicar.

<b>MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO</b>		
<b>TURISMO EN CARMEN DE CARUPA</b>		
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>TURISMO EN CARMEN DE CARUPA</b>	1. Política de estímulo a las PYMES	1. Política de seguridad del país
	2. Practicantes Sena	2. Nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto
	3. Nicho del mercado	3. Inestabilidad del sector
	4. Alianzas estratégicas	4. Entrada al mercado de nuevos competidores.
	5. Desarrollo tecnológico y comercio electrónico	5. Telecomunicaciones
	6. Ubicación	6. Predilección de los turistas por los destinos de clima caliente
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
1. Calidad en los eventos culturales realizados en el municipio.	1. diseñar páginas web para darle publicidad a los productos y atractivos turísticos y darse a conocer al mercado nacional. 2. incluir un sistema tecnológico que fortalezca la automatización de los	1. Contrarrestar la predilección de los turistas por el clima caliente mediante el fortalecimiento de los eventos culturales en aspectos como la publicidad y productos alternos. 2. establecer un sistema de seguridad mediante el
2. trabajo en equipo.		
3. indicadores de productividad		
4. Diverso segmento de mercado turístico rural, cultural, religioso, acuaturismo, ecoturismo.		

5. automatización de los procesos	procesos. 3. promover agro turismo de cara al desarrollo económico del municipio	trabajo en equipo y comunicación asertiva.
<b>DEBILIDADES</b>		

Tabla 17. Matriz DAFO Cruzado. Fuente: Propia

## 10.8 MATRIZ MCPE

Es una matriz que evalúa cuantitativamente las decisiones subjetivas sobre las ponderaciones y las clasificaciones de los factores claves de éxito seleccionados en las matrices MEFI, MEFE y MPC. Lo relevante de esta matriz es que el resultado final ayuda a priorizar las estrategias propuestas en la matriz DOFA, además de permitir el orden de implementación de cada estrategia.<sup>21</sup>

Para este caso se optó por tres estrategias dadas por el DAFO cruzado y que se tuvieron en cuenta dado el análisis de la matriz MIE que sugería penetración de los mercados y desarrollo de productos, por tal razón se evalúa la afectación o consecuencia en datos numéricos de las estrategias dentro de cada uno de los aspectos que se tuvieron en cuenta en la matriz DAFO

---

<sup>21</sup> DUCON, Elsa y RINCÓN, Lourdes. Plan de negocios para los productos derivados del proceso de aprovechamiento de los residuos sólidos domiciliarios del relleno sanitario terrazas del porvenir de COSERVICIOS S.A. E.S.P. en la ciudad de Sogamoso. (en línea). <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1564/1/TGT-300.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

**MA TRIZ CUANTITATIVA DE PLANEACION ESTRATEGICA  
TURISMO EN CARMEN DE CARUPA.**

FACTORES CLAVES	IMPORTANCIA PONDERACION	Incluir un sistema tecnologico que fortalezca la automatizacion de los procesos.		Realizar actualizacion de inventario y establecer el nicho del mercado		Realizar alianzas estrategicas con municipios de la region con el fin de crear una ruta turistica.	
		CALIFICACION	PE\$O PONDERADO	CALIFICACION	PE\$O PONDERADO	CALIFICACION	PE\$O PONDERADO
<b>AMENAZAS</b>							
1. Política de seguridad del país	8%	0	0	0	0	0	0
2. Nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto	10%	0	0	0	0	1	0,1
3. Inestabilidad del sector	8%	2	0,16	3	0,24	0	0
4. Entrada al mercado de nuevos competidores.	15%	2	0,3	3	0,45	3	0,45
5. Telecomunicaciones	10%	4	0,4	1	0,1	3	0,3
6. Predilección de los turistas por los destinos de clima caliente	10%	2	0,2	4	0,4	2	0,2
<b>OPORTUNIDADES</b>							
1. Política de estímulo a las PYMES	8%	1	0,08	0	0	2	0,16
2. Sena	8%	3	0,24	2	0,16	2	0,16
3. Nicho del mercado	7%	1	0,07	4	0,28	1	0,07
4. Alianzas estratégicas	8%	2	0,16	1	0,08	4	0,32
5. Desarrollo tecnologico y comercio electronico	4%	4	0,16	1	0,04	2	0,08
6. Ubicación	4%	1	0,04	4	0,16	3	0,12
<b>Totales</b>	<b>100%</b>						
<b>FACTORES INTERNOS</b>							
<b>Debilidades</b>							
1. uso de analisis y planes estrategicos	14%	2	0,28	3	0,42	4	1,12
2. profesional en gestión turística o afines	12%	0	0	4	0,48	2	0
3. inventario turístico	14%	0	0	4	0,56	0	0
4. estado de vias rurales.	10%	0	0	3	0,3	0	0
5. nivel tecnologico	11%	4	2,09	3	3,67	1	3,08
<b>Fortalezas</b>							
1. Calidad en los eventos culturales realizados en el municipio.	8%	1	0,08	1	0,08	2	0,16
2. trabajo en equipo.	12%	2	0,24	4	0,48	4	0,96
3. indicadores de productividad	8%	0	0	0	0	1	0
4. Diverso segmento de mercado turístico rural, cultural, religioso, acuatourismo, ecoturismo.	6%	0	0	4	0,24	1	0
5. automatizacion de los procesos	5%	3	3,64	1	7,35	0	6,43
<b>Totales</b>	<b>100%</b>						
<b>SUMA DEL PUNTAJE TOTAL DEL GRADO DE ATRACCION</b>			<b>8,14</b>		<b>15,49</b>		<b>13,71</b>



Tabla 18. Matriz cuantitativa de planeación estratégica. Fuente: Propia

Como se muestra en la matriz MCPE los valores de la estrategia (Realizar actualización de inventario y establecer el nicho del mercado) son los que presentan mayor relevancia, y esto indica que a la hora de ejecutar el plan de acción el primer paso es la realización de esta, ya que nos brinda la información en tiempo real y actualizada para la ejecución de las siguientes estrategias, dado que la matriz evidenció la importancia en la mayoría de los factores y puede fortalecer y dar el grado de satisfacción que requieren las demás.

## **10.9 MATRIZ VESTER**

Esta matriz se realiza buscando una problemática global y que impulsa el desarrollo del proyecto la cual se evalúa mediante la descripción de una serie de aspectos secundarios de la matriz POAM y PCI, en la que busca determinar si estos son causales de la problemática principal y en qué grado; por otro lado, se analiza si las estrategias planteadas en el FODA Cruzado solucionan en cierta parte las problemáticas de mayor calificación

**MATRIZ VESTER**  
**TURISMO CARMEN DE CARUPA.**

**Problema: Crecimiento y diversificación del turismo en el Municipio de Carmen de Carupa**

NUM.	DESCRIPCION DE LOS PROBLEMAS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TA
P1	Uso de analisis y planes estrategicos	3	3	3	3	0	1	0	1	0	2	16	
P2	Profesional en gestión turística o afines	2	2	0	0	0	0	2	2	0	2	10	
P3	Inventario turistico	3	3	3	2	0	0	3	3	3	3	23	
P4	Estado de vias rurales.	2	1	3	0	0	0	1	1	0	1	9	
P5	Nivel tecnologico	3	0	3	2	0	1	2	3	3	1	18	
P6	Política de seguridad del pais	0	0	0	1	0	3	1	0	0	1	6	
P7	Nivel de inseguridad y delincuencia, con la demanda del producto	2	0	0	1	1	3	2	0	1	2	12	
P8	Inestabilidad del sector	1	3	3	1	1	1	1	0	1	2	14	
P9	Entrada al mercado de nuevos competidores.	2	2	3	1	1	0	1	2	0	1	13	
P10	Telecomunicaciones	2	0	2	0	3	0	1	2	2	3	15	
P11	Predilección de los turistas por los destinos de clima caliente	2	2	3	2	0	0	2	0	0	2	13	
	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>149</b>

Tabla 19. Matriz Vester. Fuente: Propia

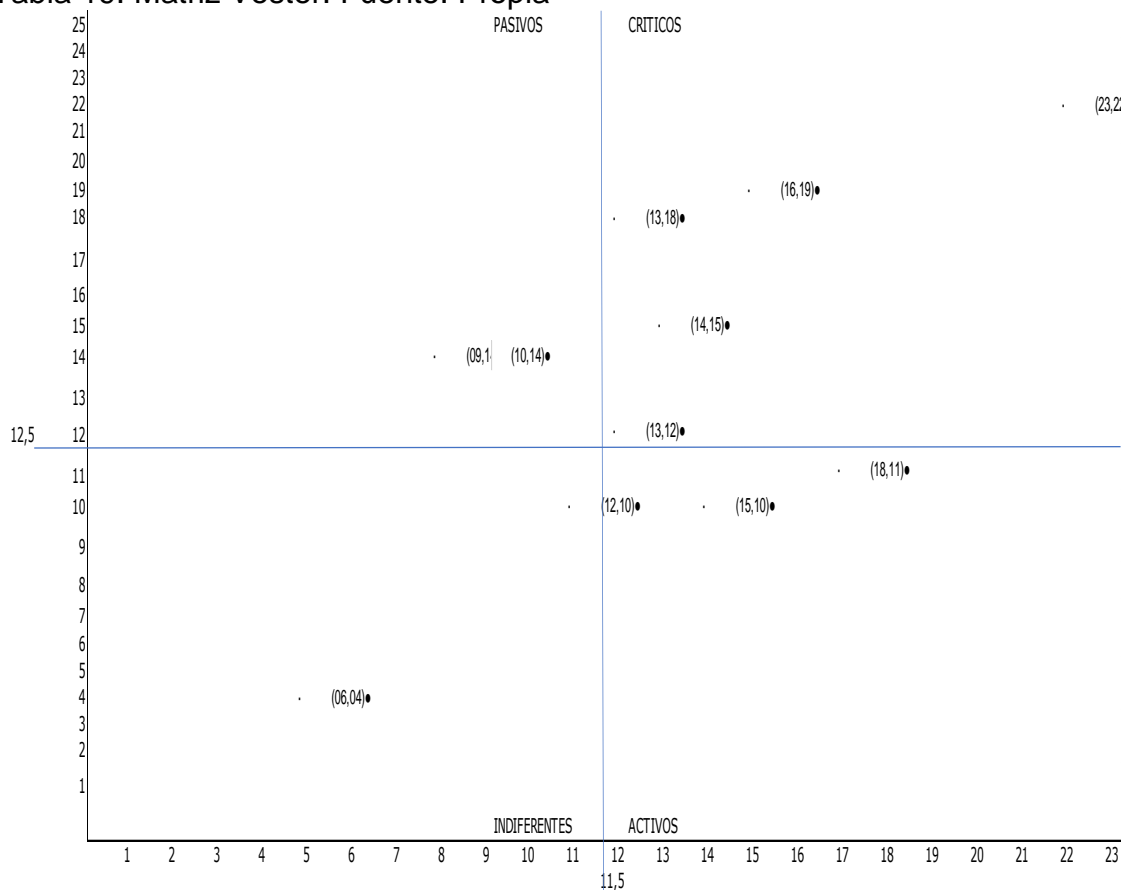


Ilustración 1. Grafica Matriz Vester. Fuente: Propia

X	16	10	23	9	18	6	12	14	13	15	13
Y	19	14	22	14	11	4	10	15	12	10	18

La matriz Vester nos indica 5 problemas críticos los cuales en las estrategias formuladas deben dar solución, desde este punto de vista la inestabilidad del sector en este año se debe a la pandemia presentada a nivel mundial, la cual causo un daño económico a este sector y obligo a usar nuevas estrategias como la que ha venido realizando el municipio de Carmen de Carupa con ayuda de la tecnología como lo es el turismo virtual; en torno a esto el uso de nuevas tecnologías permite sobreponerse a estas situaciones que se salen de las manos de este sector en el municipio.

## 10.10 MATRIZ DE PLAN DE ACCION

Las matrices que se presentan a continuación fijan el procedimiento a seguir para el desarrollo de las estrategias y describe cada uno los aspectos de forma meticulosa en la que se debe ejecutar.

<b>MATRIZ PARA LA ELABORACION O FORMULACION DE TACTICAS (PLANES DE ACCION) TURISMO CARMEN DE CARUPA</b>					
<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>¿Qué?</b>	<b>¿Cómo?</b>	<b>¿con que?</b>	<b>¿Cuándo?</b>	<b>¿Quién?</b>
	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACCIONES INMEDIATAS</b>	<b>RECURSOS NECESARIOS</b>	<b>PLAZO (FECHA DE INICIO Y FINALIZACION)</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Incluir un sistema tecnológico que fortalezca la automatización de los procesos.	determinación de procesos	identificación de proceso y sistema tecnológico a implementar	Humanos financieros materiales tecnológicos	15 octubre 2020 - 15 diciembre 2020	Oficina de turismo, ingeniero de sistemas.
	estudio del sistema	identificar los beneficios y la mejora continua que se da con la implementación de este sistema		12 enero 2021 - 15 marzo 2021	

	aplicación del sistema	diseño e implementación del sistema.		16 marzo 2021 - 31 mayo 2021	
--	------------------------	--------------------------------------	--	------------------------------	--

Tabla 20. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 1. Fuente: Propia

<b>PRESUPUESTO DE PROYECTO</b>	
<b>Estrategia:</b>	Incluir un sistema tecnológico que fortalezca la automatización de los procesos
<b>COSTO DIRECTO</b>	
Sueldo del profesional	\$3.500.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$3.500.000</b>
<b>COSTO INDIRECTO</b>	
Analista de datos	\$1.200.000
Computadora HP	\$1.600.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$2.800.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.300.000</b>

Tabla 21. Presupuesto Estrategia N.º 1. Fuente: Propia

**MATRIZ PARA LA ELABORACION O FORMULACION DE TACTICAS (PLANES DE ACCION) TURISMO CARMEN DE CARUPA**

ESTRATEGIA.	¿Qué?	¿Cómo?	¿CON QUE?	¿Cuándo?	¿Quién?
	PROGRAMAS	ACCIONES INMEDIATAS	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO (FECHA DE INICIO Y FINALIZACION)	RESPONSABLE
Realizar actualización de inventario y establecer el nicho del mercado	Ordenar y clasificar los lugares, acontecimientos y otros sitios de interés turísticos del municipio Carmen de Carupa	investigar todos los atractivos potenciales que posee el municipio y que cumpla con características mínimas de turismo	Humanos financieros materiales tecnológicos transporte	01 agosto 2020 - 15 agosto 2020	Andrés Palomares
	jerarquizar los atractivos turísticos, con el fin de determinar su grado de importancia	elegir los atractivos turísticos de acuerdo a la importancia que tiene para el municipio y que pueda traer beneficios socioeconómicos de acuerdo a la administración municipal		16 agosto 2020 - 31 agosto 2020	
	Trabajo de Campo.	visita atractivos turísticos y		01 septiembre 2020	

		recopilación de datos históricos, geográficos, fotos, estado actual del lugar y demás datos que se necesitan para diligenciar la ficha de inventario.		- 20 septiembre 2020	
	ficha de inventario.	diligenciar la ficha de inventario de acuerdo a datos verídicos recopilados con antelación.		21 septiembre 2020 - 10 octubre 2020	

Tabla 22. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 2. Fuente: Propia

<b>PRESUPUESTO DE PROYECTO</b>	
<b>Estrategia:</b>	Realizar actualización de inventario y establecer el nicho del mercado
<b>COSTO DIRECTO</b>	\$ -
<b>TOTAL</b>	\$ -
<b>COSTO INDIRECTO</b>	
Transporte	\$ 350.000
Internet	\$ 60.000
Libreta de apuntes	\$ 2.500
Impresiones	\$ 2.000
Alimentación	\$ 80.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 494.500</b>

Tabla 23. Presupuesto Estrategia N.º 2. Fuente: Propia



**MATRIZ PARA LA ELABORACION O FORMULACION DE TACTICAS  
(PLANES DE ACCION) TURISMO CARMEN DE CARUPA**

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>¿Qué?</b>	<b>¿Cómo?</b>	<b>¿CON QUE?</b>	<b>¿Cuándo?</b>	<b>¿Quién?</b>
	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACCIONES INMEDIATAS</b>	<b>RECURSOS NECESARIOS</b>	<b>PLAZO (FECHA DE INICIO Y FINALIZACION)</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Realizar alianzas estratégicas con municipios como Cucunuba, Sutatausa, Fúquene, Tausa, Ubaté con el fin de crear una ruta turística	definir puntos fuertes	identificar los productos turísticos mejor posicionados y con mayor proyección en turismo	Humanos financieros materiales tecnológicos transporte	01 febrero 2021 - 28 febrero 2021	oficina turismo Carmen de Carupa.
	identificar aliados potenciales	realizar un portafolio de opciones de aliados potenciales investigando afluencia de turistas y la visión de los turistas hacia estos.		01 marzo 2021 - 31 marzo 2021	
	contacto con aliado potencial	buscar forma de concretar		01 abril 2021 -	

		una reunión planteando el punto de vista de una alianza y los beneficios que pueda traer		30 abril 2021	
	plantear plan de acción	plantear el procedimiento para llevar a cabo la alianza, estableciendo lo que cada parte debe llevar a cabo para que se realice de forma efectiva.		01 mayo 2021 - 31 mayo 2021	

Tabla 24. Matriz Plan de Acción Estrategia N.º 3. Fuente: Propia

<b>PRESUPUESTO DE PROYECTO</b>	
<b>Estrategia:</b>	Realizar alianzas estratégicas con municipios como Cucunuba, Sutatausa, Fúquene, Tausa, Ubaté con el fin de crear una ruta turística
<b>COSTO DIRECTO</b>	
Profesional Turismo	\$ 3.750.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 3.750.000</b>
<b>COSTO INDIRECTO</b>	
Internet	\$ 120.000
Libreta de apuntes	\$ 2.500
Transporte	\$ 200.000
Alimentación	\$ 600.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 922.500</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.672.500</b>

Tabla 25. Presupuesto Estrategia N.º 3. Fuente: Propia

## **10.11 MATRIZ DE MONITOREO Y EVALUACION**

Se establece una matriz de monitoreo y evaluación que permite de manera organizada y eficiente tener un control sobre el desarrollo y ejecución de las tres estrategias que se plantearon; el método que se utiliza es un seguimiento mes a mes evidenciando avances y documento final, cada estrategia se plantea para que se efectúe de manera independiente y con un determinado tiempo límite







## **11 RECOMENDACIONES**

Analizar el planteamiento estratégico realizado, para el comienzo de la ejecución de las estrategias planteadas en el desarrollo del proyecto.

Mantener en lineamiento la ejecución de las estrategias respetando sus tiempos de desarrollo.

Considerar, evaluar el direccionamiento que lleva la organización de manera periódica con el fin de determinar si los objetivos y metas se esta cumpliendo y no se ha desviado el propósito

Se debe posponer un plan de acción con el fin de trabajar en las debilidades y amenazas para mejorarlas y fortalecerlos y que sean vistas de forma positiva

Evaluar las estrategias implementadas y determinar el impacto que obtuvo con la ejecución de las mismas.

Implementar capacitaciones a los habitantes con el fin de tener una cultura organizacional con respecto al sector turístico.

Estar en constante innovación, realizando programas que, en la atención a los turistas, utilizando como ayuda las tecnologías y paginas web.



## 12 CONCLUSIONES

El municipio de Carmen de Carupa debe implementar mayor publicidad se a reflejado a pesar de la pandemia a través del turismo virtual se esta dando a conocer atrayendo visitantes y turistas; si implementan mayor concentración en esta difusión pueden obtener mayores beneficios tanto económicos como sociales para su turismo.

Se realizaron diferentes análisis desde diferentes matrices y puntos de vista donde se construyeron estrategias que van ayudar mucho a la oficina de cultura y turismo como: Incluir un sistema tecnológico que fortalezca la automatización de los procesos, Realizar actualización de inventario y establecer el nicho del mercado y Realizar alianzas estratégicas con municipios como Cucunuba, Sutatausa, Fúquene, Tausa, Ubaté con el fin de crear una ruta turística, con estas estrategias llevadas a cabo se va garantizar un gran éxito en este plan de desarrollo.

El municipio de Carmen de Carupa cuenta con atractivos turísticos bastante interesantes y con un gran potencial, pues sus sitios turísticos los diferencian y les generan un valor agregado sobre los demás municipios de la provincia debido a que se encuentran en sitios rurales de bastante biodiversidad, tranquilidad y espacios libres de contaminación donde se pueden liberar tensiones, estrés de la vida cotidiana generan un espacio de ocio bastante llamativo e interesante a sus visitantes. Aunque así mismo por poseer la gran mayoría de sus atractivos en sitio rural es que se encuentran las falencias ya que no se cuenta con unas vías adecuadas, falta de senderos peatonales a sus diferentes destinos, no se cuenta con servicios hoteleros, gastronómicos, problemas de intermitencia telefónica, no hay control de seguridad policial, por lo cual tampoco se estaría preservando el medio ambiente ni la seguridad de sus habitantes.

Se analizaron e identificaron las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de cada uno de los atractivos turísticos que tiene el municipio tanto de los ya se implementaron como de los que se encuentran en objeto de estudio, a través de la investigación y elaboración de las fichas de inventario turístico, esto con el fin de que la oficina de cultura y turismo pueda hacer gestión sobre estos.

Se identifico también que el municipio está centrado únicamente en una actividad económica como es la agropecuaria lo cual genera que la juventud tenga que migrar a diferentes lugares en busca de nuevas oportunidades, esto quedando sus campos sin población, se deben brindar mayores oportunidades y el turismo seria una de ellas para no tener que buscar profesionales de otros lados al contrario de sus mismos habitantes que pueden explotar mas sus conocimientos profesionales con sus conocimientos innatos.

### 13 BIBLIOGRAFÍA

CONGRESO DE LA REPUBLICA. (s.f.). LEY 300 DE 1996. Obtenido de MINAMBIENTE.GOV.CO:

[http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/1996/ley\\_0300\\_1996.pdf](http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/1996/ley_0300_1996.pdf)

de Oliveira Santos, G. E. (1 de MARZO de 2007). redalyc.org. Obtenido de modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas en turismo: [www.redalyc.org/pdf/1807/180713890005.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/1807/180713890005.pdf)

E., S. M. (1997). PLANIFICACION INTEGRAL DEL TURISMO. MEXICO: TRILLAS. ENTORNO TURISTICO. (s.f.). ENTORNO TURISTICO. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/> FONTUR. (s.f.). FONTUR. Obtenido de <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>

LÓPEZ, T. Q. (2018-2022). PLAN DE DESARROLLO TURISTICO CARMEN DE CARUPA. CARUPA.

Pat Fernández, L. A. (2012). caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de Ciudad del Carmen Campeche México. Obtenido de [www.redalyc.org/articulo.oa?id=2233/223326490002](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2233/223326490002)

Pat Fernández, L. A., & Gómez, C. (s.f.). CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO. Obtenido de REDALYC: <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>

Romero-Infante\*, J. A. (s.f.). Gestión de proyectos ecoturísticos. Obtenido de scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n75/n75a11.pdf>

Romero-Infante\*, J. A. (s.f.). scielo.org.co. Obtenido de [www.scielo.org.co/pdf/ean/n75a11.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n75a11.pdf)

BLANCO, Paloma; VÁZQUEZ, Valente; REYES, Juan; GUZMÁN, Mauricio. inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de SAN LUIS POTOSI, MÉXICO. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos. (en línea). <https://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16387>

DAVID, Fred (2003), Conceptos de Administración Estratégica. (en línea) <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062051021/29062051021.pdf>. (consultado

el 06 de junio 2020)

SERNA, GOMEZ, 2008. Análisis externo, Análisis interno. (en línea) [http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6418/PROYECTO %20DIAGN%C3%93STICO%20ORGANIZACIONAL%20PARA%20LA%20EMPR ESA%20RESTAURANTE%20PUEBLITO%20PAISA%20DE%20GIRARDOT%20 %281%29%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6418/PROYECTO%20DIAGN%C3%93STICO%20ORGANIZACIONAL%20PARA%20LA%20EMPR ESA%20RESTAURANTE%20PUEBLITO%20PAISA%20DE%20GIRARDOT%20%281%29%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y). (consultado el 06 de junio 2020)

BLANCO, Paloma; VÁZQUEZ, Valente; REYES, Juan; GUZMÁN, Mauricio. Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

PONCE, Humberto. La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. (en línea). <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

DUCON, Elsa y RINCÓN, Lourdes. Plan de negocios para los productos derivados del proceso de aprovechamiento de los residuos sólidos domiciliarios del relleno sanitario terrazas del porvenir de COSERVICIOS S.A. E.S.P. en la ciudad de Sogamoso. (en línea). <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1564/1/TGT-300.pdf>. (consultado el 08 de julio 2020).

Fuente anónima informal. Matrices estratégicas. (en línea). <https://www.competitividadyestrategia.com/matrices-estrategicas.html>. (consultado el 08 de mayo 2020).

## 14 VALORACION DE RESULTADOS (EVIDENCIAS)

### 14.1 INVENTARIO TURISTICO

Para la ejecución de la primera estrategia que corresponde al resultado de la ejecución de las matrices a raíz del DOFA cruzada en la que plantea un levantamiento de inventario en el municipio y dado que ya se había realizado uno en el 2018 por Tomas Quintero López y Julieth Angelica Vargas para el plan de desarrollo turístico, en el que se realizó las fichas de inventario a once atractivos turísticos los cuales fueron: Festival turístico cultural y religioso en honor a la virgen del Carmen, iglesia nuestra señora del Carmen, entre montañas, festival de la papa, mirador peña de sucre, embalse del hato, artesanías en lana de oveja, capilla cerro de Chegua, caminata mariana ecológica, peregrinación al cerro de Chegua y capilla de Cabrera; pero se evidenciaba que había algunos atractivos turísticos que no se le había realizado el levantamiento de inventario y por tal motivo se lleva a cabo un convenio verbal con la oficina de cultura y deporte del municipio a cargo del señor Luis Carlos Erazo en el que se realizaba una actualización de 8 nuevos atractivos turísticos, 7 de estos no contaban con ningún antecedente de levantamiento de inventario y el restante se le realizaría la actualización correspondiente

Los atractivos de los que se hablan son las siguientes: capilla del Hato, capilla de Sucre, chorros de Salinas, paramo de Guargua, cerros de Santuario y Santuaría y por último el museo fotográfico. El formato de levantamiento de inventario turístico se realizó en base a la guía metodológica presentada por el ministerio de industria y turismo presentada en el año 2010 en la cual hace referencia que

En Colombia existen bienes y atractivos que se dividen en dos categorías: Patrimonio cultural y sitios naturales, por tal motivo las fichas se caracterizan por el color amarillo y color verde para ser distinguidas cada una a la categoría a la que corresponde respectivamente.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>MINISTERIO DE CULTURA Y TURISMO. metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos. (en línea).<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>. (consultado el 23 de septiembre 2020).

## 15 ANEXOS

### 15.1 CAPILLA DE CABRERA

1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre	Capilla de Cabrera												
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa										
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Llano Grande												
1.5. Administrador o Propietario	Parroquia Municipal Nuestra Señora del Carmen												
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Llano Grande												
1.7. Teléfono/Fax	855-41-19					1.8. Tiempo promedio para visitar	2 horas						
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 8,5 km desde el casco urbano Carmen de Carupa					1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico					Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción												
1.13. Página web	N/A			1.14. Correo electrónico			N/A						
2. CARÁCTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado	1.1.3.1		Coordenadas geográficas					5° 18' 24.4"N y -73° 54' 39.5"W					
2.2. Descripción:	Temperatura (En	8- 12 °C	Viento (Km x Hora)	1.68 m/s	Humedad (En %)	100%	Precipitación (En mm)	1010.0 hPa					
2.3. Elementos de seguridad	<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el caso urbano, tomar la salida Ubaté- Carmen de Carupa hasta el desvío al Embalse del Hato, después de pasar el embalse en la primera bifurcación tomar el camino a la derecha y continuar por 800 metros para tomar la vía a la izquierda con dirección a la vereda Llano Grande, continuar por esta vía, a la derecha se encontrará la Capilla de Cabrera.</p> <p><b>Descripción:</b> Capilla construida en el año 1870, en la hacienda de la familia Cabrera quien donó parte de su terreno a la parroquia, para la construcción de dicha capilla a los habitantes de las veredas aledañas a Llano Grande. Construida en adobe; se encuentran 4 mausoleos con sus respectivas placas de la familia Cabrera que datan de los años 1870, 1876 y 1878. Fue restaurado su techo inicial en mimbre, en marzo del año 1953. Y hace 15 años el párroco municipal a cargo, José Guerrero, delegó funciones para restaurar la fachada de la capilla. En los interiores de su capilla se encuentran restos de la familia cabrera quienes eran españoles.</p>												
Plan de evacuación	/												
Equipo contra incendios	/												
Equipo Emergencias	/												
Cámaras de seguridad	/												
Alarmas	/												
Vigilancia	/												
Otro	/												
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)	/												
	/												
	/												
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN													
CALIDAD										PUNTAJE			
Estado de conservación (21)										7			
Constitución del bien (21)										15			
Representatividad (28)										15			
<b>SUB TOTAL</b>										<b>37</b>			
SIGNIFICADO													
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)										6			
<b>TOTAL</b>										<b>43</b>			
Actualizado por:				Andrés Palomares				Fecha:		02/08/2020			



Ilustración 2. Ficha de inventario turístico, Capilla de Cabrera. Fuente: Propia

## CAPILLA DE CABRERA

*Patrimonio Cultural Material Inmueble*

*Arquitectura Religiosa*

Capilla construida en el año 1870 propiedad de la familia Cabrera de allí su nombre; esta capilla presenta bastante relación con la hacienda del Hato pues fueron adquiridas por la familia Vélez después de un tiempo. En su interior reposan los restos de algunos familiares de la Familia Cabrera en su memoria. A pesar de ser un importante recurso religioso por la historia detrás de su construcción, se encuentra en un estado de conservación bastante regular, no es usada frecuentemente y esto ha ocasionado hasta cierto punto, abandono y este a su vez deterioro, en la fachada y en sus alrededores, como podemos observar en las fotografías anexas presenta varias grietas y perforaciones a nivel de sus estructuras, a tal punto como la primera imagen un derrumbe ya ocasionado de una de sus laterales.



Ya que tiene un valor importante para los habitantes del municipio, en especial los habitantes de las veredas aledañas, es importante su mantenimiento y conservación, pues actualmente a su falta de uso se encuentra en un pésimo estado de este; a pesar de las intervenciones que se le han hecho, estas no han sido suficientes.



# 15.2 CHORROS DE SALINAS

1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre		Chorros de Salinas											
1.2. Departamento		Cundinamarca	1.3. Municipio			Carmen de Carupa							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Vereda Salinas											
1.5. Administrador o Propietario		Alcaldía Carmen de Carupa											
1.6. Dirección/Ubicación		Vereda Salinas											
1.7. Teléfono/Fax		3204778733				1.8. Tiempo promedio para visitar		5 horas					
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)		Aproximadamente 22,5 km desde el casco urbano Carmen de Carupa				1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)		Todo publico				Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:		Ver descripción											
1.13. Página web		N/A		1.14. Correo electrónico			N/A						
2. CARÁCTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado		Coordenadas geográficas					5° 15' 44.1"N y -73° 57' 02.1"W						
2.2. Descripción:		Temperatura (En °C)	15 °C	Viento (Km x Hora)	1.5 m/s	Humedad (En %)	72 %	Precipitación (En mm)	1024.0 hPa				
2.3 Elementos de seguridad		<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el caso urbano, tomar la salida Ubaté- Carmen de Carupa hasta el desvío al Embalse del Hato también conocido como las juntas, seguir en dirección a la vereda Salinas aproximadamente 13 km, hasta llegar al salón comunal de la vereda salinas, tomar el camino a la derecha, a partir de ahí ya tomamos una caminata ecológica pasando por el río y un pequeño bosque, continuar hacia la montaña del sector denominado villa lobos aproximadamente son 2 km, encontramos el río a mano izquierda donde podemos encontrar el primer chorro siguiendo el cauce del río y unos 200 metros hacia arriba podemos encontrar el siguiente chorro, nos devolvemos por el mismo sector encontraremos otra corriente del río subiendo por su cauce podemos divisar 3 chorros consecutivos los cuales van aumentando su tamaño con su hermosa vista.</p> <p><b>Descripción:</b> 5 Chorros ubicados en el sector de villa lobos en esta llamativa vereda de Carmen de Carupa, los cuales se encuentran rodeados de grandes montañas y vegetación, ideales para un buen ejercicio y despeje mental para salir de la rutina diaria.</p>											
Plan de evacuación		/											
Equipo contra incendios		/											
Equipo Emergencias		/											
Cámaras de seguridad		/											
Alarmas		/											
Vigilancia		/											
Otro		/											
2.4 Servicios adicionales (¿Cuáles?)		/											
N/A		/											
/		/											
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN													
CALIDAD								PUNTAJE					
Sin contaminación del aire (10)								10					
Sin contaminación del agua (10)								10					
Sin contaminación visual (10)								10					
Sin contaminación sonora (10)								10					
Estado de conservación (10)								8					
Diversidad (10)								9					
Singularidad (10)								9					
<b>SUB TOTAL</b>								<b>66</b>					
SIGNIFICADO													
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)								6					
<b>TOTAL</b>								<b>72</b>					
Diligenciado por:		Andrés Palomares				Fecha:		01/08/2020					

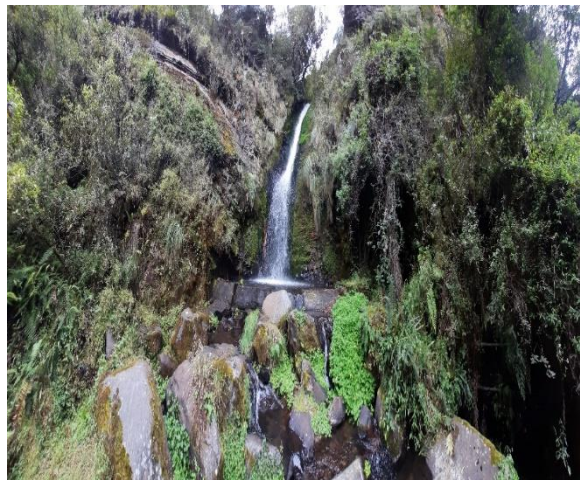
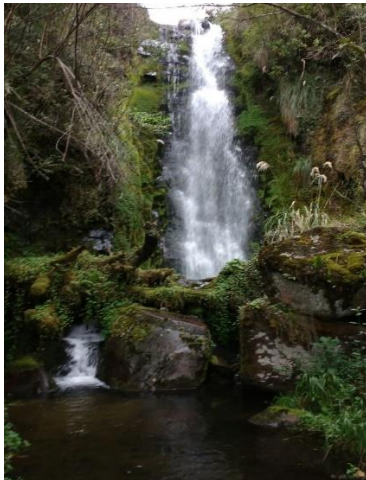


Ilustración 3. Ficha de inventario turístico, Chorro de Salinas. Fuente: Propia

## CHORROS DE SALINAS

### *Sitio Natural*

Atractivo natural bastante llamativo pues cuenta con 5 majestuosos chorros, con grandes tamaños, gran diversidad de flora y fauna, nacaderos de corrientes con aguas cristalinas bastante importantes para el municipio y sus alrededores ya que es la fuente de agua que alimenta a la mayoría de municipios de la región de villa de san diego de Ubaté y otros municipios del altiplano cundiboyacense.



No presenta ningún sendero peatonal por tanto se hace complicado el acceso para todo el mundo, se debe enmarcar las rutas, cuando el lugar se vuelva turístico se debe preservar su naturaleza ya que en el momento está en excelente estado, pero con el tránsito de turistas se podría ver afectado.



**15.3 CERROS DE SANTUARIO Y SANTUARIA**

1. GENERALIDADES														
1.1. Nombre	Cerros de santuario y santuaría													
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa											
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Santuario													
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Carmen de Carupa													
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Santuario.													
1.7. Teléfono/Fax	3204778733						1.8. Tiempo promedio para visitar	3 horas						
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 9,7 km desde el casco urbano Carmen de Carupa						1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico						Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción													
1.13. Página web	N/A				1.14. Correo electrónico	N/A								
2. CARÁCTERÍSTICAS														
2.1. Código Asignado							Coordenadas geográficas		5° 24' 17.1"N y -73° 52' 20.6"W					
2.2. Descripción:	Temperatura (En °C)	0- 12 °C	Viento (Km x Hora)	1.96 m/s	Humedad (En %)	100 %	Precipitación (En mm)	1011.0 hPa						
2.3. Elementos de seguridad	N/A													
Plan de evacuación	/													
Equipo contra incendios	/													
Equipo Emergencias	/													
Cámaras de seguridad	/													
Alarmas	/													
Vigilancia	/													
Otro	/													
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)	N/A													
<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el casco urbano, tomar la salida por la carrera tercera con dirección al norte, pasando por la estación de servicio Terpel del municipio, a 1 kilómetro, encontramos una bifurcación, de ahí tomamos hacia la izquierda, camino en dirección a la escuela de la vereda de Salitre, continuando a unos 5 km tomamos un desvío a la derecha, seguir aproximadamente por 3,7 km, y allí se podrá divisar los cerros de santuario y santuaría. En promedio se gasta 23 minutos en vehículo del casco urbano del Municipio de Carmen de Carupa.</p> <p><b>Descripción:</b> en los cerros de santuario y santuaría, en días despejados se puede apreciar el pico del nevado del Cocuy; algo muy característico del cerro santuario son sus piedras con enormes grietas que según mitos de sus habitantes era donde los indígenas buscaban piedras preciosas, en sus rocas se pueden visualizar sus cráteres de explotación.</p>														
2.3. Elementos de seguridad														
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)														
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN														
CALIDAD														
Sin contaminación del aire (10)										PUNTAJE	10			
Sin contaminación del agua (10)											10			
Sin contaminación visual (10)											10			
Sin contaminación sonora (10)											10			
Estado de conservación (10)											6			
Diversidad (10)											9			
Singularidad (10)											9			
<b>SUB TOTAL</b>											<b>64</b>			
SIGNIFICADO														
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)											6			
<b>TOTAL</b>											<b>70</b>			
Diligenciado por:					Andrés Palomares					Fecha:	02/08/2020			

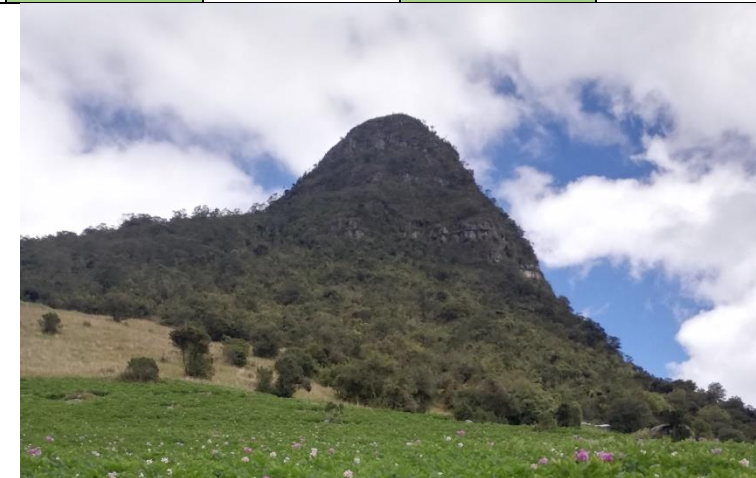


Ilustración 4. Ficha de inventario turístico, Cerros de Santuario y Santuaría. Fuente: Propia

## CERROS DE SANTUARIO Y SANTUARIA

### *Sitios Naturales*

Atractivos con los cuales se pueden divisar el panorama geográfico cundiboyacense tales como la laguna de Cucunuba, los cerros de los farallones de Tausa, gran parte del valle de Ubaté, los paisajes de San Miguel de Sema, Boyacá, el cerro y la capilla de Chegua, las planadas del municipio de Chiquinquirá, también se pueden divisar sus veredas aledañas (San José, San Agustín, Nazareth, Alto de Mesa y las peñas de la vereda Salinas).



Cerros naturales atractivos a la vista, pero de difícil acceso no es posible encontrar una subida a su cúspide de una manera fácil, no se tiene señalización desde su casco urbano hasta el sitio, las carreteras en algunos puntos son muy pendientes por tal razón sería de gran beneficio tener placa huellas debido a que si se transporta en vehículo pequeño sufriría bastante y en caso de ir bastantes ocupantes no subiría.

# 15.4 PARAMO DE GUARGUA


1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre	Paramo de Guargua										
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Casa Blanca y Mortiño										
1.5. Administrador o Propietario	Incoder										
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Casa Blanca y Mortiño										
1.7. Teléfono/Fax	383 0444						1.8. Tiempo promedio para visitar				
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 18 km desde el casco urbano Carmen de Carupa						1.10. Tipo de Acceso				
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico						Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción										
1.13. Página web	N/A			1.14. Correo electrónico	N/A						
2. CARÁCTERÍSTICAS											
2.1. Código Asignado				Coordenadas geográficas			5° 17' 31.6"N y -73° 53' 33.0"W				
2.2. Descripción:	Temperatura (En °C)	0-12 °C	Viento (Km x Hora)	1.5 m/s	Humedad (En %)	72 %	Precipitación (En mm)	1024.0 hPa			
2.3 Elementos de seguridad	N/A	<p><b>Para el acceso:</b> Actualmente existen 2 rutas completamente señalizadas: Ruta 1: Partiendo desde el casco urbano del municipio nos conducimos por la vía hacia la vereda el Papayo, seguimos por la peña de Sucre, continuamos por la vía hacia la vereda de Mortiño, donde encontraremos este bello paramo de Guargua. Ruta 2: Inicia en el sector de las juntas, toma el desvío hacia el parque Embalse El Hato, sigue por la casona, hacia la escuela de Llano grande, se continua por la vía principal hacia la vereda de Casablanca, hasta llegar al paramo.</p> <p><b>Descripción:</b> Paramo con mayor altura de la región donde podemos disfrutar de una tranquilidad incomparable, con historias que demarcan sus caminos de herradura. Por años ha sido una gran fuente hídrica tanto para los cundinamarqueses como para los boyacenses que disfrutaban de sus aguas cristalinas. Podemos disfrutar de una única vegetación, como sus plantas de paja y su amplio paisaje de frailejones, especies de animales como lo es curí, el borugo o tinajo, zarigüeya común conocida como faras, pavas entre otros.</p>									
Plan de evacuación	/										
Equipo contra incendios	/										
Equipo Emergencias	/										
Cámaras de seguridad	/										
Alarmas	/										
Vigilancia	/										
Otro	/										
2.4 Servicios adicionales (¿Cuáles?)	N/A										
	/										
	/										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN											
CALIDAD								PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)								10			
Sin contaminación del agua (10)								10			
Sin contaminación visual (10)								10			
Sin contaminación sonora (10)								10			
Estado de conservación (10)								8			
Diversidad (10)								9			
Singularidad (10)								9			
<b>SUB TOTAL</b>								<b>66</b>			
SIGNIFICADO											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)								6			
<b>TOTAL</b>								<b>72</b>			
Diligenciado por:			Andrés Palomares			Fecha:		01/08/2020			

Ilustración 5. Ficha de inventario turístico, Paramo de Guargua. Fuente: Propia



## PARAMO DE GUARGUA

### Sitios Naturales

Importante atractivo por su variedad de vegetación, es uno de los paisajes con mayor altura de la región, por miles de años ha sido una gran dispensa hídrica para millones de cundinamarqueses y boyacenses; su camino se ve enmarcado por los antiguos caminos de herradura por donde transitaron tribus de muzos, tausas y muiscas, los cuales con su paso intercambiaban productos como la sal, el maíz, las plantas de lana y las esmeraldas. Dentro de sus terrenos alberga especies mamíferas como los cúrises (*cavia aperea*), la pava de monte (*Penélope montagnii*), borugo o tinajo (*tepezcuintle*), entre otros.



En su recorrido se debería colocar mayor cuadros informativos e historia, mejorar la señalización y las vías de acceso que quedan llegando al lugar.

## 15.5 CAPILLA DE NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCIÓN

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Capilla de Nuestra señora de la asunción								
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio			Carmen de Carupa				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda el Hato								
1.5. Administrador o Propietario	Parroquia Municipal Nuestra Señora del Carmen								
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda el Hato								
1.7. Teléfono/Fax	855-41-19			1.8. Tiempo promedio para visitar			2 horas		
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 13 km desde el casco urbano Carmen de Carupa			1.10. Tipo de Acceso					
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico			Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción								
1.13. Página web	N/A		1.14. Correo electrónico			N/A			
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado				Coordenadas geográficas			5° 16' 26.7"N y -73° 54' 14.1"W		
2.2. Descripción:	Temperatura (En	5 - 11 °C	Viento (Km x Hora)	5 - 10 Kms. x H	Humedad (En %)	50 %	Precipitación (En mm)	858 mm anuales	
2.3. Elementos de seguridad	N/A								
Plan de evacuación	/								
Equipo contra incendios	/								
Equipo Emergencias	/								
Cámaras de seguridad	/								
Alarmas	/								
Vigilancia	/								
Otro	/								
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)	N/A								
	/								
	/								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Estado de conservación (21)					21				
Constitución del bien (21)					21				
Representatividad (28)					20				
<b>SUB TOTAL</b>					<b>62</b>				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6				
<b>TOTAL</b>					<b>68</b>				
Diligenciado por:			Andrés Palomares			Fecha:		01/08/2020	



Ilustración 6. Ficha de inventario turístico, Capilla de nuestra señora del Carmen. Fuente: Propia

## CAPILLA DE NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCIÓN

### *Patrimonio Cultural Material Inmueble*

### *Arquitectura Religiosa*

El terreno denominado “el diamante” donde se encuentra ubicada esta capilla fue donada por la junta de acción comunal de la vereda del Hato por su entonces presidente el señor Juan José Rincón Vargas a favor de la parroquia de Carmen de Carupa quien estaba a cargo del párroco José del Carmen Guerrero Sánchez, según título valor el 21 de Junio del año 2000, con el fin de construir una capilla para celebración de eucaristías para la comunidad y sus veredas aledañas, esta capilla se encuentra construida en su 90% gracias a las recaudaciones de los diferentes eventos organizados por sus veredas cercanas y la Alcaldía de Carmen de Carupa, actualmente se encuentra todavía en adecuaciones.



Se debe instaurar señalización adecuada, pues no se cuenta con ningún tipo de señalización –ni turística ni vial- para acceder allí. Para ingresar a la Capilla se necesita pedir la llave prestada a los lugareños lo que generaría imposibilidad de visitarla en caso que no se encuentren quienes poseen las llaves.



## 15.6 CAPILLA DE SAN JOSÉ

1. GENERALIDADES														
1.1. Nombre	Capilla de San José													
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa											
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda San José													
1.5. Administrador o Propietario	Parroquia Municipal Nuestra Señora del Carmen													
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda San José													
1.7. Teléfono/Fax	855-41-19						1.8. Tiempo promedio para visitar	1 hora						
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 10 km desde el casco urbano Carmen de Carupa						1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico						Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción													
1.13. Página web	N/A			1.14. Correo electrónico			N/A							
2. CARÁCTERÍSTICAS														
2.1. Código Asignado							Coordenadas geográficas		5° 25' 23.8"N y -73° 53' 33.5"W					
2.2. Descripción:	Temperatura (En	8- 15 °C	Viento (Km x Hora)	1.96 m/s	Humedad (En %)	100 %	Precipitación (En mm)	1011.0 hPa						
2.3. Elementos de seguridad	N/A	<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el casco urbano, tomar la salida por la carrera tercera con dirección al norte pasando por la estación de servicio Terpel del municipio, a 1 kilómetro aproximadamente en la primera bifurcación tomar a la izquierda camino hacia la vereda de Salitre, seguir en dirección a la vía que conduce la escuela de la Vereda San José, frente a la escuela podemos encontrar la Capilla de San José. En promedio se gasta 17 minutos en vehículo del casco urbano del Municipio de Carmen de Carupa.</p> <p><b>Descripción:</b> Capilla construida aproximadamente hace 150 años, también se puede disfrutar de un rato de esparcimiento tanto para adultos como para los niños ya que queda al frente de la escuela de la Vereda, con su cancha y sus parques.</p>												
Plan de evacuación	/													
Equipo contra incendios	/													
Equipo Emergencias	/													
Cámaras de seguridad	/													
Alarmas	/													
Vigilancia	/													
Otro	/													
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)														
N/A	/													
/	/													
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN														
CALIDAD								PUNTAJE						
Estado de conservación (21)								17						
Constitución del bien (21)								14						
Representatividad (28)								20						
<b>SUB TOTAL</b>								<b>51</b>						
SIGNIFICADO														
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)								6						
<b>TOTAL</b>								<b>57</b>						
Diligenciado por:			Andrés Palomares				Fecha:		02/08/2020					



Ilustración 7. Ficha de inventario turístico, Capilla de San José. Fuente: Propia

## CAPILLA DE SAN JOSÉ

*Patrimonio Cultural Material Inmueble*

*Arquitectura Religiosa*

Capilla según título valor encontrado fue vendida por sus dueños Marco Fidel Robayo Rincón y Benedicto Robayo Rincón a la parroquia en ese entonces llamada “Parroquia de la mesa del Carmen” en el año 1913, a pesar de sus años de construcción se encuentra en buen estado y conservación gracias a los arreglos locativos que le hacen sus aldeaños anualmente.



Ya que tiene un valor importante para sus veredas vecinas debe poseer señalización, como aporte se podría implementar una ciclo ruta ya que es de fácil acceso y la vía está en buen estado desde el casco urbano del municipio y su distancia es considerable así mismo puntos de hidratación para sus deportistas.



## 15.7 CAPILLA DE SAN ANTONIO

1. GENERALIDADES														
1.1. Nombre	Capilla de San Antonio													
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa											
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Sucre													
1.5. Administrador o Propietario	Parroquia Municipal Nuestra Señora del Carmen													
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Sucre													
1.7. Teléfono/Fax	855-41-19						1.8. Tiempo promedio para visitar	2 horas						
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 16 km desde el casco urbano Carmen de Carupa						1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico						Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción													
1.13. Página web	N/A				1.14. Correo electrónico				N/A					
2. CARÁCTERÍSTICAS														
2.1. Código Asignado							Coordenadas geográficas		5° 22' 11.7"N y -73° 58' 17.2"W					
2.2. Descripción:	Temperatura (En	14 °C	Viento (Km x Hora)	0.85 m/s	Humedad (En %)	98 %	Precipitación (En mm)	1009.0 hPa						
2.3. Elementos de seguridad	N/A													
Plan de evacuación	/													
Equipo contra incendios	/													
Equipo Emergencias	/													
Cámaras de seguridad	/													
Alarmas	/													
Vigilancia	/													
Otro	/													
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)	N/A													
	/													
	/													
<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el casco urbano del municipio de Carmen de Carupa, tomar la salida por calle 3 hacia el occidente por la vía que conduce al municipio de Coper, continúe por la vía principal por 2,9 Kms para tomar el camino a la derecha durante 4 Kms, en la bifurcación tomar la vía Sucre- Coper bajar por el mirador de sucre siguiendo el camino hacia el municipio de Coper, se encuentra su capilla junto con una cancha y caserío. En promedio se gasta 35 minutos en vehículo del casco urbano del Municipio de Carmen de Carupa.</p> <p><b>Descripción:</b> Capilla construida aproximadamente hace bastantes años, exactamente no se tiene registro de su fundación, capilla remodelada en diciembre de 2019, gracias al señor José Castiblanco y su familia.</p>														
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN														
CALIDAD										PUNTAJE				
Estado de conservación (21)										19				
Constitución del bien (21)										12				
Representatividad (28)										20				
<b>SUB TOTAL</b>										<b>51</b>				
SIGNIFICADO														
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)										6				
<b>TOTAL</b>										<b>57</b>				
Diligenciado por:					Andrés Palomares					Fecha:		02/08/2020		



Ilustración 8. Ficha de inventario turístico, Capilla de San Antonio. Fuente: Propia

## CAPILLA DE SAN ANTONIO

### *Patrimonio Cultural Material Inmueble*

### *Arquitectura Religiosa*

Capilla muy antigua del municipio según título valor se encuentra que fue vendida el 29 de mayo de 1925 por el señor Miguel Rodríguez a la parroquia de la Mesa del Carmen, su vereda era conocida como Sumanga o Sucre su nombre actual, fue vendida en pesos de oro. Se visualiza que es remodelada según placa encontrada en su entrada principal en diciembre de 2019 por el señor José Castiblanco y su familia, está en constante uso por sus aledaños.



A pesar de ser una importante capilla por su antigüedad no se le da la importancia que debería pues no se promociona ni se hace llamativa a pesar que es utilizada con frecuencia por sus aledaños. Para ingresar a la Capilla se necesita pedir la llave prestada a los lugareños lo que generaría imposibilidad de visitarla en caso que no se encuentren quienes poseen las llaves.

# 15.8 MUSEO FOTOGRÁFICO

1. GENERALIDADES														
1.1. Nombre	Museo Fotográfico													
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa											
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Zona urbana													
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Carmen de Carupa – Oficina de cultura y turismo													
1.6. Dirección/Ubicación	Parque Principal Carmen de Carupa													
1.7. Teléfono/Fax	3204778733						1.8. Tiempo promedio para visitar	2 horas						
1.9. Distancia (desde el municipio más cercano)	Aproximadamente 14 km desde el casco urbano Ubaté						1.10. Tipo de Acceso							
1.11. Tipo de público (recomendado)	Todo publico						Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
1.12. Indicaciones para el acceso:	Ver descripción													
1.13. Página web	N/A				1.14. Correo electrónico	N/A								
2. CARÁCTERÍSTICAS														
2.1. Código Asignado							Coordenadas geográficas	5° 20' 57.1"N y -73° 54' 06.3"W						
2.2. Descripción:	Temperatura (En °C)	8- 15 °C	Viento (Km x Hora)	5 – 10 Kms. x H	Humedad (En %)	71%	Precipitación (En mm)	858 mm anuales						
2.3. Elementos de seguridad	N/A	<p><b>Para el acceso:</b> Partiendo desde el casco urbano del municipio de Ubaté, tomar la salida para Carmen de Carupa por la Carrera 11, cuando se llegue a este municipio ubicar el parque principal donde podemos encontrarnos con su museo fotográfico. En promedio se gasta 24 minutos en vehículo del casco urbano del Municipio de Ubaté.</p> <p><b>Descripción:</b> Museo encontrado en el parque principal del municipio donde se refleja historia, eventos y lugares relevantes del municipio.</p>												
Plan de evacuación	Si													
Equipo contra incendios	No													
Equipo Emergencias	No													
Cámaras de seguridad	Si													
Alarmas	No													
Vigilancia	Si													
Otro	/													
2.4. Servicios adicionales (¿Cuáles?)	N/A	/	/	/	/	/	/	/	/	/				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN														
CALIDAD					PUNTAJE									
Estado de conservación (21)					19									
Constitución del bien (21)					19									
Representatividad (28)					20									
<b>SUB TOTAL</b>					<b>58</b>									
SIGNIFICADO														
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6									
<b>TOTAL</b>					<b>64</b>									
Diligenciado por:					Andrés Palomares					Fecha:		02/08/2020		



Ilustración 9. Ficha de inventario turístico, Museo Fotográfico. Fuente: Propia



## MUSEO FOTOGRÁFICO

### *Patrimonio Cultural Material*

Museo fotográfico instaurado en su parque principal en la alcaldía municipal del señor Alejandro Ortiz (2016-2019), por la oficina de cultura y turismo con el fin de conocer un poco más de historia sobre sus lugares, costumbres y patrimonio más relevantes desde tiempos atrás.



contar con mayores puntos gastronómicos, instalación de puntos de hidratación pues bastantes visitantes tienen el hábito de ir en bicicleta a este municipio.