	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 1 de 7

**FECHA** miércoles, 9 de agosto de 2017

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad


<b>SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN</b>	Seccional Girardot
<b>DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Tecnología en Gestión Turística y Hotelera
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Tecnología en Gestión Turística y Hotelera

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>NO. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
RAMOS	LUISA MARIA	1.069.924.267

Director(Es) del documento:

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
BRÍNEZ DIAZ	MARIA ELSY

	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 2 de 7

<b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>
PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017


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

<b>TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO DE:</b> Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía <b>Tecnólogo en Gestión Turística y Hotelera</b>

<b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b>	<b>NUMERO DE PÁGINAS (Opcional)</b>
23/06/2017	

<b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLES: (Usar como mínimo 6 descriptores)</b>	
<b>ESPAÑOL</b>	<b>INGLES</b>
1. Turismo	Tourism
2. Planeación	Planning
3. Desarrollo	Development
4. Participación	Participation
5. Estrategias	Strategies
6. Programas	Programs

<b>RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLES: (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres):</b>
<p>Este trabajo de investigación analiza el contexto turístico, social y económico del Municipio de Nilo (Cundinamarca), como también necesidades y expectativas de demanda y condiciones de mercado dentro de una perspectiva abierta en la que compiten desde luego otros municipios de la provincia del Alto Magdalena en Cundinamarca, en este contexto se parte de la importancia turística que posee el municipio, y su postura de venta de servicios, donde se especializa fundamentalmente en la experiencia, entendido a partir de la planificación del espacio geográfico con</p>

	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 3 de 7

condiciones desde luego particulares que guardan relación con su clima, altura, ubicación geográfica, atractivos naturales y artificiales, todo ello soportado en la poca infraestructura, servicios, equipamiento, precios, imagen y la escasa gestión de la administración municipal para lograr el posicionamiento de Nilo como destino Turístico por excelencia en la Provincia del Alto Magdalena en un nicho de mercado determinado.

Se considera además que los factores de atracción en el Municipio de Nilo, que de una u otra manera atraen a los turistas hacia la realización de su viaje y también el éxito de Nilo como destino turístico dependerá de los mismos, por otro lado este éxito dependerá adicionalmente de los factores de gestión que incorporan imagen y posicionamiento desde los distintos actores turísticos del municipio.

#### RESUMEN INGLES


This work analyzes the tourist, social and economic context of the Nilo Municipality (Cundinamarca), as well as needs and expectations of demand and market conditions within an open perspective in which other municipalities in the province of Alto Magdalena In Cundinamarca, in this context is based on the tourist importance that the municipality has and its position of sale of services, where it specializes mainly in the experience, understood from the planning of the geographical space with then particular conditions that are related With its climate, height, geographic location, natural and artificial attractions, all supported in the little infrastructure, services, equipment, prices, image and the scarce management of the municipal administration to achieve the positioning of Nile as a tourist destination par excellence in Province of Alto Magdalena in a niche market.

It is also considered that the attraction factors in the Nile Municipality, which in one way or another attract tourists towards the realization of their trip and also the success of Nile as a tourist destination will depend on them, on the other hand this success will depend In addition to the management factors that incorporate image and positioning from the different tourist actors of the municipality.

### 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


	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 4 de 7

demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un alianza, son:  
 Marque con una "x":

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la Biblioteca.	X	
2. La consulta física o electrónica según corresponda.	X	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.		X
5. 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
6. 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 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

	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 5 de 7

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 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

	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 6 de 7

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 las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en [biblioteca.unicundi.edu.co](http://biblioteca.unicundi.edu.co)


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.



j) Para el caso de los Artículos contenidos se rigen bajo la Atribución- No comercial- Sin



Científicos y Revistas, sus Licencia Creative Commons derivar.

	<b>MACROPROCESODE APOYO</b>	CODIGO: AAAr113
	<b>PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO</b>	VERSION:1
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	PAGINA: 7 de 7

**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. Título Trabajo de Grado o Documento.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017.PDF	TEXTO
2.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA
Juiza Maria Ramos	<i>Juiza Maria Ramos</i>

**PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO  
TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017**

**LUISA MARIA RAMOS  
CODIGO 392214217**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA  
GIRARDOT  
2017**



**PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO  
TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017**

**LUISA MARIA RAMOS  
CODIGO 392214217**

**DOCUMENTO PRESENTADO EN CALIDAD DE SEGUNDO AVANCE DE TRABAJO  
DE GRADO**

**Directora  
MARIA ELSY BRIÑEZ DIAZ**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA  
GIRARDOT  
2017**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero en primera instancia agradecer a dios, por todos los ángeles que ha colocado en mi camino, también a mi familia, y amigos particularmente a María Gabriela Díaz y a Gentil Eduardo Niño Muñoz por su apoyo y colaboración, pues sin su ayuda este trabajo que hoy culmina no habría sido posible.

Luisa María Ramos

## **DEDICATORIA**

Este trabajo que culmina luego de dos años de investigación y dedicación se la dedico al señor todopoderoso como inspiración y dador de vida para todos nosotros, además a mis dos angelitos que me acompañan desde el cielo,

Aunado a ellos a mi madre Solima Ramos, mi padre Joselito Caicedo, mis hermanos Daniel y Steffany, y a mí esposo Oscar Javier Rodríguez Pedreros, quienes han sido el motor de mi vida, mil gracias por estar siempre ahí a mi lado.

Luisa María

## TABLA DE CONTENIDO

Ítem	Concepto	Pág.
1.	TITULO	14
2.	INTRODUCCION	15
3.	Área, Línea, Programa Académico y Tema de Investigación	17
3.1.	Área de investigación	17
3.2.	Línea de investigación	17
3.3.	Programa Académico	17
3.4.	Tema de investigación	17
4.	DEFINICIÓN PROBLEMA INVESTIGACIÓN	19
4.1.	Antecedentes del Problema de Investigación	19
5.	OBJETIVOS	21
5.1.	Objetivo General	21
5.2.	Objetivos Específicos	21
6.	JUSTIFICACIÓN	22
7.	MARCO DE REFERENCIAS	23
7.1.	Marco de Antecedentes	23
7.2.	Marco Conceptual	23
7.3.	Marco Teórico	25
7.4.	Marco Geográfico	32
7.5.	Marco Histórico	34
7.6.	Marco Jurídico	35
8.	DISEÑO METODOLÓGICO	42
8.1	Tipo de investigación	42
8.2.	Caracterización de la población objeto de estudio	44
8.3.	Técnicas de recolección de información	45
8.4.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	49
9.	RESULTADOS	51
9.1.	Propuesta Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Nilo (Cundinamarca)	95
9.1.1.	Turismo en el Municipio de Nilo	95
9.1.2.	Infraestructura Turística del Municipio de Nilo	96
9.1.3.	Matriz DOFA Sector Turístico del Municipio de Nilo	98
10.	CONCLUSIONES	101
11.	RECOMENDACIONES	103
	BIBLIOGRAFIA	105
	ANEXOS	107

## LISTA DE GRAFICAS

<b>Grafica No</b>	<b>Concepto</b>	<b>Pág.</b>
1	Cuál es su lugar de origen	51
2	Cuál es su rango de edad	53
3	Cuál es su estado civil	54
4	Genero de los turistas	55
5	Con quien viaja generalmente	57
6	Por qué visita el Municipio de Nilo	59
6.1.	Que platos típicos del Municipio de Nilo, conoce	61
6.2.	Que eventos culturales conoce	63
6.3.	Conoce eventos deportivos en el Municipio de Nilo	65
6.4.	Conoce algún atractivo turístico del Municipio de Nilo	66
6.5.	Como se ha enterado de la oferta turística del Municipio de Nilo	68
6.6.	Cuáles son sus preferencias en cuanto a actividades complementarias en turismo en el Municipio de Nilo	71
7.	Durante su visita al Municipio de Nilo ¿Cuánto dura su estadía?	73
8	Cada cuanto visita el Municipio de Nilo	75
9.	Durante que épocas del año prefiere visitar el Municipio de Nilo	76
10.	Qué medio de transporte utiliza para llegar al Municipio de Nilo	78
11.	Como califica el servicio de transporte público para llegar al Municipio de Nilo	79
12.	Durante su estadía en el Municipio de Nilo, se hospeda en?	81
12.1.	Si su respuesta fue alguna de las opciones No 1,2 o 3 le gustaría hospedarse en algún hotel del Municipio de Nilo	82
12.2.	En cuanto a opciones de hospedaje que tipo le gustaría	83
12.3.	Como califica el servicio de alojamiento en el Municipio de Nilo	85
12.4.	Cuáles son los servicios complementarios que desearía en el servicio de alojamiento	86
13.	Cual considera que es el medio más efectivo para la compra de servicios turísticos	88
14	Cuanto es el presupuesto destinado por persona	89
15.	Cuanto es el presupuesto destinado por persona de su grupo para otros servicios turísticos por día	91
16.	Cuanto usted visita el Municipio de Nilo hace sus compras de víveres, frutas, verduras y abarrotes, en	92

## 1. Título

# **PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017**

## 2. INTRODUCCION

La Organización Mundial del Turismo señala que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio, lo que hace que genere impactos en las economías de los países receptores y emisores, en el entorno natural, en los destinos y en la población receptora. Esta diversidad de impactos genera la necesidad de procesos de planificación que aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión. (OMT, 2008)

De acuerdo con lo anterior, desde el punto de vista social, existen factores que crean condiciones favorables para el desarrollo del turismo. Uno de esos factores, las condiciones de bienestar de la población y genera dinámicas tanto en los mercados emisores como receptores. Según el estudio sobre el Panorama Social de América Latina de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “el producto por habitante de América Latina y el Caribe creció un 4,5% en 2010, un 3,2% en 2011 y solo un 1,9% en 2012, año en que se deterioró la economía mundial”, (CEPAL, 2013, p. 17); no obstante lo anterior, ese mismo años, la industria de los viajes y el turismo alcanzó por primera vez los 1.000 millones de turistas. En lo que tiene que ver con la pobreza, en este mismo estudio se destaca la caída acumulada de la pobreza en cerca de 15,7 puntos desde 2002, lo que se traduce en contribuciones al cumplimiento de los objetivos del milenio; este, sumado a otros indicadores, permite prever condiciones favorables para dinamizar los flujos de viajeros en Latinoamérica, principal mercado del turismo colombiano; de hecho, para la primera mitad de 2014, el turismo registró un crecimiento del 5% y en particular la región de las Américas presentó el mayor crecimiento frente a otras regiones, con un 6%, lo que permite prever oportunidades para Colombia.

Por lo tanto el logro de la competitividad de los destinos turísticos es una exigencia permanente, que implica el replanteamiento del papel de los actores públicos en el

desarrollo turístico de tal manera que se integren a los nuevos procesos de manera proactiva.

Colombia, Cundinamarca y concretamente Nilo, debe asumir el reto del turismo, aprovechando el gran número de oportunidades enfocadas en su belleza natural y paisajística, en su legado ancestral y cultural, su diversidad geográfica, que le brindan una plataforma para el desarrollo del turismo, entre otros de aventura, caminatas ecológicas, ecoturismo, turismo científico; por lo tanto el entorno cambiante que se asocia a los gustos del consumidor turístico, obliga a entidades territoriales a explorar alternativas de desarrollo, que pueden encontrarse en el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.



### **3. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION**

#### **3.1. Área de Investigación**

El área de investigación, está determinada por lo estipulado en el acuerdo N° 001 de Febrero 09 de 2.011, “por el cual se reglamenta el acuerdo No 009 del 4 de agosto de 2010 del Consejo Superior de la Universidad de Cundinamarca”, Acuerdo aprobado por el Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de Cundinamarca; para lo cual se acoge al área de: Administracion y Organizaciones

#### **3.2. Línea de Investigación:**

La Línea de investigación, al igual que el área, se encuentran establecidos de acuerdo al acto administrativo N° 001 de Febrero 09 de 2.011, “por el cual se reglamenta el acuerdo No 009 del 4 de agosto de 2010 del Consejo Superior de la Universidad de Cundinamarca”, Acuerdo aprobado por el Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de Cundinamarca; para lo cual se acoge a la línea denominada: Desarrollo Organizacional y Regional

#### **3.3. Programa académico**

La realización del Trabajo de grado “**PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017**”; se encuentra adscrito al Programa Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, Seccional Girardot.

#### **3.4. Tema de investigación**

El objetivo de alcanzar una mejora en la calidad de vida de los colombianos está directamente relacionado con la capacidad que las empresas<sup>1</sup> tengan para responder a los cambios y aprovechar las oportunidades que se presentan en un mundo cada vez más globalizado.

---

<sup>1</sup>Creemos que este término, sin ningún problema puede por analogía compararse con el Estado, y en este preciso momento en el que el Municipio de Nilo, debe aprovechar la oportunidad de desarrollar un instrumento rector que dinamice las políticas en cuanto al turismo y trace rutas y estrategias de acción que posibiliten el desarrollo activo del sector turismo en el Municipio.

Dado que el desarrollo organizacional y regional es un punto de análisis que debe buscar a través del análisis y la inferencia las causas y efectos de ellas, y es allí donde esta línea es soporte válido para la justificación de las mismas<sup>2</sup>.

Para esta investigación es claro que en medio del constante cambio, es necesario fortalecer los principios y filosofías contempladas en los instrumentos de planeación que tiene la administración pública del Estado como plataforma regional y local en materia de desarrollo en el sector turístico.

---

<sup>2</sup>Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Propuesta de creación de línea de investigación, documento Código: rIN001, fecha de elaboración no disponible

#### 4. FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

¿Resulta útil la propuesta para el diseño del Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio de Nilo – Cundinamarca 2017?

¿Qué repercusiones tendría el diseño de un plan de desarrollo turístico para el Municipio de Nilo?

El turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el éxodo rural.

En forma particular, en los últimos años en Colombia, sus Departamentos y Municipios se ha venido desarrollando el fenómeno turístico que tiene como marco de realización el medio rural y que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza.

En tal sentido, el desarrollo, apalancamiento y consolidación del turismo obliga a las entidades territorial darle forma mediante la planificación; la cual se constituye en una técnica que viene avalada por el hecho de que en el ámbito turístico se produce la intervención de la administración pública del orden nacional, regional y local, lo que, en ausencia de aquélla, podría redundar en un riesgo potencial de dispersión de esfuerzos o de actuaciones contradictorias por parte de los distintos niveles jurisdiccionales implicados.

Por lo tanto todo territorio que posea un cierto interés o potencial para el desarrollo de la actividad turística ha de estar sujeto a una adecuada política que permita ordenar, regular, desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades y transformaciones

en dicho espacio, y de esta manera, orientarlas al uso y explotación turística. Todo ello conlleva al obligado diseño de una planificación concisa y detallada de ese desarrollo turístico.

Observando lo escrito anteriormente se debe considerar que el Municipio de Nilo tiene como una de las principales actividades económicas “el turismo” gracias a su diversidad de clima, y su relativa cercanía al distrito capital, eventos departamentales, fiestas populares, atractivos culturales y artísticos. A pesar de que el turismo es una fuente principal de la actividad económica en Nilo, el municipio no tiene estrategias turísticas con un alto nivel diferenciador respecto a otros lugares turísticos en la región.

Se pretende la elaboración de un diagnóstico que evidencia su situación actual en aspectos como infraestructura física disponible para atender la oferta turística tanto a nivel regional, nacional e internacional; actividades y eventos que convocan un gran número de turistas y generan ingresos significativos para el sector; atractivos y sitios que destacan al Municipio de Nilo como un lugar turístico en la región y el Departamento de Cundinamarca.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Desarrollar el estudio para el diseño del Plan de desarrollo turístico del Municipio de Nilo - Cundinamarca

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Diseñar y aplicar instrumentos de recolección de datos que permitan validar y conocer el grado de aceptación por parte de los habitantes del Municipio sobre el diseño del Plan de Desarrollo Turístico.
- Analizar la oferta turística del Municipio de Nilo en cuanto a atractivos naturales, prestadores del servicio y todo lo relacionado con el sector.
- Explorar el contenido normativo que permita globalizar y entender la dinámica turística del Municipio de Nilo.

## **6. JUSTIFICACION**

El desarrollo de la propuesta para el Diseño del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Nilo, es una herramienta fundamental para direccionar y consolidar el desarrollo del Turismo en el municipio, con una visión de largo plazo.

El turismo en el Municipio de Nilo, está presente en su quehacer diario, esta realidad cambia sustancialmente la forma de ver esta región, Nilo por su oferta turística en lo gastronómico, cultural, histórico, ambiental, climático entre otros debe consolidarse como el primer destino turístico entre los municipios de 4 categoría en la región.

El sector turismo, revela diariamente la capacidad de impacto en el desarrollo económico de la entidad territorial, en la proyección de una imagen posicionada a nivel regional, departamental y nacional altamente favorable y en la facilitación de un proceso de identidad y de cultura turística que se hará con la oferta propia.

## 7. MARCO DE REFERENCIA

### 7.1. MARCO DE ANTECEDENTES

Dada la naturaleza social, económica y espacial del turismo se muestran disociadas si se tiene en cuenta que el turismo es una práctica social colectiva que integra mecanismos singulares de relación, que afectan la identidad y el espacio. La disociación creciente entre la lógica del trabajo y la lógica del ocio se refuerza con prácticas espaciales distintas que implican prácticas sociales y de consumo también específicas. De esta manera, más que una actividad económica, el turismo ha de catalogarse como una práctica social generadora de un tipo de actividad que requiere del fundamento espacial para su desarrollo. Esto conduce a la configuración territorial de las actividades turísticas y a las diferentes modalidades de ocupación del territorio.

Uno de los fundamentos de la singularidad del turismo como actividad económica es el papel que desempeña el espacio geográfico en dicho fenómeno, en los procesos de producción/consumo turísticos.

Bajo estos entendidos, y una vez consultada las bibliotecas de las universidades de la región, se encuentra que no existen trabajos de grado iguales, similares, articulables o complementarios.

### 7.2. MARCO CONCEPTUAL

- ✓ **Atractivos turísticos:** Entramado de relaciones en torno al desarrollo del turismo, lo cuales dinamizan su funcionamiento. Desde la faceta del modelo oferta-demanda, el sistema se origina en el encuentro entre estos agentes a través de un proceso de venta denominado producto turístico, el cual junto a la infraestructura define la estructura de la producción del sector. A su vez este sistema presenta una serie de elementos, que dan complejidad e interacción en las relaciones que define la actividad.

- ✓ **Demanda turística:** Es la que se encuentra formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (OMT, 1991).
- ✓ **Destino turístico:** Área, lugar o zona donde el viajero espera encontrar una serie de actividades, atractivos y servicios que le permitan obtener la experiencia única e inolvidable que espera de su viaje.
- ✓ **Equipamiento turístico:** Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- ✓ **Infraestructura turística:** Dotación de bienes y servicios con la que cuenta un espacio para sostener las estructuras sociales y productivas. Puede formar una red o un sistema, que permite vincular a los asentamientos humanos y resolver sus necesidades. En la actividad turística se asocia a una infraestructura interna como por ejemplo: Toda la configuración de redes en un resort sobre el contexto de un parque nacional para acceder al atractivo turístico.
- ✓ **Ocio:** Aquellas actividades que con la libertad de elección y oportunidades que los casos particulares supongan, no están ligadas a ningún tipo de trabajo formal y son realizadas por personas luego de haber cumplido con su actividad habitual.
- ✓ **Oferta turística:** Conjunto de servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor.
- ✓ **Producto turístico u oferta turística:** Un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las



expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

- ✓ **Turismo:** Es la movilidad de individuos fuera de su fuente laboral y residencia habitual por al menos una noche y en un periodo no máximo a un año, el cual genera sinergias según actividades de producción, producción y focos de emisión. Hay quienes también lo definen como “conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo de viaje el recreo, los negocios, la salud o la participación de una reunión profesional, deportiva o religiosa”

### 7.3. MARCO TEÓRICO

- **Planificación Turística**

La planificación constituye una técnica que viene avalada por el hecho de que en el ámbito turístico se produce la intervención de las diferentes Administraciones públicas —nacional, regional y local—, lo que, en ausencia de aquélla, podría redundar en un riesgo potencial de dispersión de esfuerzos o de actuaciones contradictorias por parte de los distintos niveles jurisdiccionales implicados.

Todo territorio que posea un cierto interés o potencial para el desarrollo de la actividad turística ha de estar sujeto a una adecuada política que permita ordenar, regular, desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades y transformaciones en dicho espacio, y de esta manera, orientarlas al uso y explotación turística. Todo ello conlleva al obligado diseño de una planificación concisa y detallada de ese desarrollo turístico.

En este orden de ideas, la parte del estudio que presenta a continuación, relaciona un análisis detallado aunque sintético, de los instrumentos actuales de planificación (planes, políticas, etc.) desde lo nacional a lo local, y su injerencia en la actividad turística. De aquí se evidencia la importancia de potenciar la industria turística a todos los niveles aumentando positivamente las condiciones de vida de los distintos núcleos de población.

- **Desarrollo Turístico y Desarrollo local**

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como creación de empleos o la generación de ingresos. Esta definición puede dividirse en dos partes: la primera hace referencia a la estructura socio-productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento. La segunda se refiere al impacto económico de la actividad turística que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo y empleos.

Una característica esencial del turismo, es que su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, si no que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales. Esto significa que si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia uno receptor, la unidad de análisis de desarrollo turístico es el destino

- **Teoría Económica del Turismo**

La Organización Mundial del Turismo agrupa los efectos económicos del Turismo de acuerdo al tipo de efecto y a los objetivos de política económica a los que un sistema podría apuntar. Los tipos de efectos podrían incluso dividirse en globalesparciales y externos. Los efectos globales se refieren a los efectos sobre la estrategia de

desarrollo; los efectos parciales hacen referencia a los efectos sobre la economía nacional (sobre los agentes, sectores, variables y dimensiones principales de la economía nacional); y los efectos externos incluyen aquellos que se encuentran dentro del ámbito sociocultural, físico, de los recursos humanos y económicos.

Los efectos o el impacto económico del turismo –junto con los impactos socioculturales y ambientales- se constituyen en los subsistemas del impacto del turismo. El impacto económico del turismo es la medida de los beneficios y de los costos económicos generados por la actividad (desarrollo y gastos turísticos en atracciones, transporte, alojamiento, instalaciones, infraestructura, hoteles, etc.) que, en la mayoría de los casos pueden ser cuantificados a nivel local, provincial, regional, nacional o internacional.

El desarrollo y crecimiento del turismo en una economía puede ser considerado como una opción complementaria al desarrollo y crecimiento de otros sectores (industrial o agrícola), que puedan posibilitar -en conjunto- una estrategia de crecimiento sostenido en países de diversas características. Numerosos beneficios -directos e indirectos- pueden argumentarse como derivados del desarrollo de la actividad turística. Entre los efectos más significativos se distinguen su importancia como sector generador de divisas complementarias a las provenientes de las exportaciones; su desarrollo como alternativa para el crecimiento económico y la generación de empleo; y como posible solución de desequilibrios territoriales. Además, pueden enumerarse otros beneficios generados por la actividad turística como por ejemplo, su efecto multiplicador, su contribución al desarrollo de otras industrias, sus efectos dinamizadores sobre la inversión, su capacidad para redistribuir ingresos, su potencialidad para incrementar los ingresos públicos, y su carácter diversificador.

Sin embargo, a pesar de los beneficios que se derivan del desarrollo de la actividad turística, existen también efectos económicos negativos que es necesario delimitar y tener en cuenta.

- **Desarrollo Turístico y Sostenibilidad**

Bajo la óptica de este trabajo de grado, abordar el tema de la planificación territorial del turismo es de obligada consideración los principios de la sostenibilidad ambiental. El desarrollo sostenible se define por ser económicamente viable, socialmente justo y respetuoso con el medio ambiente. Sin implicar innovaciones radicales, el paradigma de la sostenibilidad ha supuesto una revalorización y, en cierta forma, una reorientación de la planificación y gestión turística. Incluso, puede apreciarse un proceso de convergencia hacia los principios de la sostenibilidad en los distintos enfoques de la planificación, entre los que se destaca el estratégico.

Por tanto y al abordar el tema de la planificación del territorio con miras hacia el turismo, nos obliga indiscutiblemente a considerar el tema normativo de este tema, ya que al margen de las teorías sobre el territorio y el desequilibrio territorial, lo que impera hasta el momento en la práctica y en el derecho es el significado de planificación entendida como “una función de intervención administrativa a través de la cual las entidades territoriales regulan una determinada área de actividad con un cierto carácter de globalidad y marcan las políticas públicas a desarrollar dentro de dichas áreas, a la vez que determina el marco jurídico de su desarrollo.

- **Destino Turístico**

El concepto destino turístico se refiere al lugar donde los turistas pretenden pasar un tiempo fuera de casa, ya sea una excursión, un fin de semana o unas largas vacaciones. Es decir, el destino es un espacio geográfico, de mayor o menor amplitud, como bien veremos, al que los turistas tienen la intención de desplazarse desde un origen a través de un transporte para disfrutar de unos productos, servicios, infraestructuras y atracciones durante cierto periodo de tiempo. De esta forma, el destino como tal se situaría conceptualmente como el elemento unificador, o paraguas para Ray Youel (1998), o amalgama de todos los elementos que conforman la experiencia turística y sería, en sí mismo, el producto turístico total que almacenaría al resto.

- **Espacio geográfico y destino turístico.**

La actividad turística se practica por definición en un espacio geográfico y temporal determinado (OMT, 1998). El intervalo temporal admitido como experiencia turística comprende desde la mínima excursión de menos de un día a la estancia vacacional de no más de un año. El espacio geográfico en el cual se desarrolla la actividad turística también puede variar significativamente según el concepto al que recurramos. Así, partiendo de la acepción más simple y general de Espacio Turístico -lugar geográficamente determinado donde se asienta la oferta turística y hacia donde fluye la demanda- (OMT, 1998) podríamos recurrir a múltiples conceptualizaciones según la dimensión de ese espacio: Región Turística, Área Turística, Zona Turística, Municipio Turístico, Núcleo Turístico, Complejo Turístico o Centro Turístico, serían algunos ejemplos.

Todos estos espacios mencionados pueden ser considerados como destino turístico por sí mismos, como una única ubicación a donde los turistas se dirigen. Sin embargo, el concepto de destino turístico que prefieren autores recientes (Bigné, Font y Andreu, 2000) supera esta delimitación geográfica y atiende más a la subjetividad de los potenciales consumidores. En efecto, para un turista, un destino turístico no tiene por qué circunscribirse a una ciudad o región; “su” destino turístico dependerá de “sus” intereses, motivaciones, itinerario e incluso de “su” nivel educativo, formación cultural, y experiencia previa.

- **Posicionamiento del Destino Turístico<sup>3</sup>**

En el Entorno actual de globalización de mercados turístico con estrategias empresariales de internacionalización con penetraciones verticales, horizontales y diagonales, los destinos turísticos se ven inmersos en una vorágine competitiva de unos otros aunque estén en lugares lejanos. Con ello los destinos se enfrentan a un proceso difícil de supervivencia donde la estrategia de competitividad y de diferenciación marca su trayectoria.

---

<sup>3</sup>Posicionamiento de un Destino Turístico en un mercado globalizado y competitivo: Comparación entre competidores y líderes; Universidad de Valencia, Amparo Sánchez Pérez, Disponible en Dialnet.unirioja, consultado en Octubre 2016.

Dada la imprecisión sobre el concepto de posicionamiento y sustentabilidad de un destino turístico, utilizado para describir entonces una filosofía, un proceso o un plan, no debería sorprender que se encuentren dificultades para identificar modos de implementación o para valorar estos criterios en los destinos turísticos.

Esta apuesta de orden investigativo en el Programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, se enmarca en la teoría que la sostenibilidad de un destino turístico, (para este caso el Municipio de Nilo), es la que determina la competitividad del mismo dentro de su mercado de referencia. Por lo tanto se requerirá de la definición de un modelo de gestión adecuado (Instrumentos de planificación adecuados entre los cuales tenemos: Plan de Desarrollo 2016 – 2019; Esquema de Ordenamiento Territorial, entre otros) que permita realizar una evaluación objetiva y comparativa de los procesos empleados en los destinos turísticos.

En este proceso de construcción del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Nilo, es importante anotar al margen de esta teoría que no es suficiente simplemente con comparar factores que caracterizan el destino, sino a demás y de forma fundamental, hay que tener en cuenta una serie de aspectos sobre el grado de satisfacción de los clientes tanto internos (población local) como externos al destino (nuestros turistas).

- **Marketing de Ciudades**

El marketing desempeña un papel fundamental en la planificación estratégica, puesto que proporciona la guía para la satisfacción de las necesidades de los clientes. A los encargados de realizar la planificación, les proporciona las claves para la identificación de las oportunidades, la valoración de las capacidades de la organización y el desarrollo de las estrategias. (Kotler, Cámara y Grande, 1994), y se materializa en la realización del Plan de Marketing Estratégico de la ciudad, que debe aportar una visión específica a la gestión urbana, estimulando la comunicación entre los agentes económicos locales y el exterior, utilizando para ello las herramientas que, como la

investigación comercial, facilitan la toma de decisiones para la consecución de los siguientes objetivos:

- a) Ofrecer una visión global e intersectorial del sistema urbano a largo plazo.
- b) Permitir identificar tendencias y anticipar oportunidades.
- c) Formular objetivos prioritarios y concentrar recursos limitados en dichos objetivos.
- d) Formular y desarrollar la posición competitiva de la ciudad.

la planificación del marketing estratégico permite, desde una visión inicial de posicionamiento, evaluar y cuantificar los recursos, identificando sus fortalezas y debilidades desde una perspectiva específica, intentando aprovechar las oportunidades y los cambios que experimenta el entorno global para lograr el crecimiento y desarrollo de la ciudad. Pero, de entre todas las variables del marketing mix urbano la política de producto es considerada como el núcleo del propio marketing de ciudades.

Entre todas las definiciones que presentan los distintos autores sobre el producto ciudad, nos quedaremos con dos que a nuestro juicio son las que mejor expresan la esencia del concepto. “El producto ciudad es la ciudad con todas sus ofertas y servicios, su economía, infraestructura, su arquitectura, atmósfera, cultura, medio ambiente, educación, ciencia y tecnología, etcétera. El producto ha de ser desarrollado y perfeccionado permanentemente de acuerdo a las necesidades y los deseos de los grupos objetivo y ser comunicado a ellos”.

Por otro lado, el producto ciudad también puede definirse como: “el conjunto de las características de la ciudad que proporcionan satisfacción de las necesidades y deseos de los ciudadanos, visitantes, inversores, empresas o nuevos residentes”. En este contexto, resulta importante subrayar que en estas definiciones del producto ciudad se incluyen todas las manifestaciones intangibles creadas por la ciudad, como son los

valores culturales y las formas de conducta como, la tolerancia, la solidaridad, la honradez o la capacidad para asumir nuevos desafíos.

#### **7.4. MARCO GEOGRÁFICO**

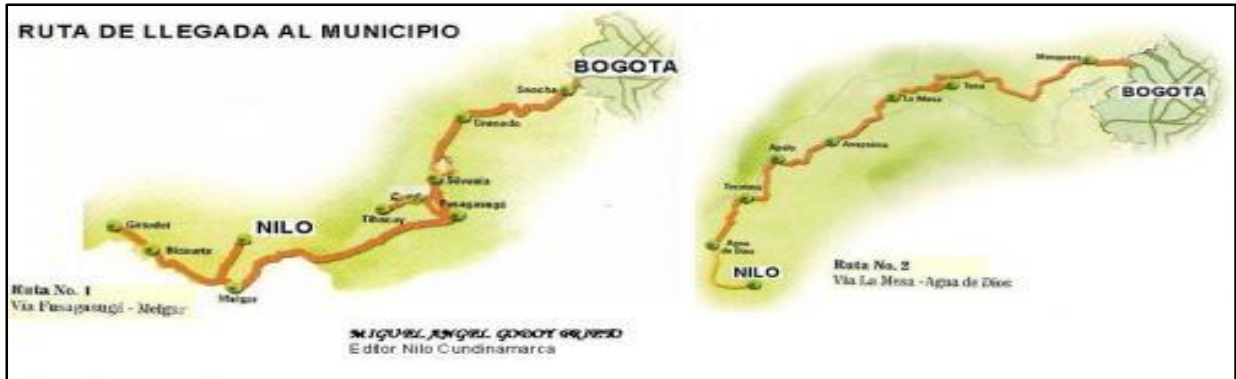
En general del Municipio es montañoso y quebrado, especialmente al Noreste del Municipio, aunque hay grandes extensiones de tierras onduladas y algunas mesas que merecen especial atención. Las montañas del Municipio son estribaciones de la Cordillera Oriental y más concretamente de la Serranía de Subia o Tibacuy, esta serranía al entrar al Municipio por el Noreste, forma el cerro de QUINNINI que alcanza una altura de 2180 metros sobre el nivel del mar y resulta ser la cumbre más elevada de Nilo. Esta serranía se proyecta en dirección Norte-Sur, con el nombre de serranía de Bateas o San Bartolo, marcando límites con el municipio de Tibacuy hasta ser cortada por el río Sumapaz en el sitio denominado Boquerón en el departamento del Tolima. Más hacia el occidente y en la misma dirección se levanta otra cuchilla, la de Agua dulce que separa las veredas de la Fragua y Agua de Diosito o Jamaica. Al sur de la Inspección de Pueblo Nuevo, se levanta el cerro de Cualamaná, que sube a 1700 metros sobre el nivel del mar, en el cual nacen varias quebradas como la Porquera y el agua dediosito.

Separando las veredas Batavia y Buenos Aires, se levanta el cerro del Volador, que alcanza a una altura de 1200 metros sobre el nivel del mar, el cual es cortado verticalmente por la quebrada La Porquera, el cual forma la cascada de más de 100 metros, convirtiendo el sitio en un lugar turístico de singular belleza. Marcando límites con el municipio de Tibacuy, también se encuentran los cerros del Toboso, La Popa, y la Vieja, no tan escarpados como los anteriores, pero importantes porque allí se inicia la hoya del río Paguey. En dirección Oriente - Occidente y desde los límites donde convergen los territorios de Tibacuy, Viotá y Nilo se levanta la cordillera de Chicui (1400 m.s.n.m., que marca límites con los municipios de Viotá y Tocaima. Más hacia el Occidente va perdiendo altura y toma el nombre de Piringallo y va a morir cerca de la confluencia del río Paguey y la quebrada Malachi. Por otro lado, la cuenca del río



Paguey ocupa la región central del Municipio y allí aparecen onduladas cuya altura oscila entre los 350 y los 1000 m.s.n.m. Esta región está enmarcada por las serranías de Chicui y Piringallo al norte y por los cerros del Volador, San Bartolo y la denominada Mesa de Limones al sur.

Figura No 1. Ruta de acceso al Municipio de Nilo

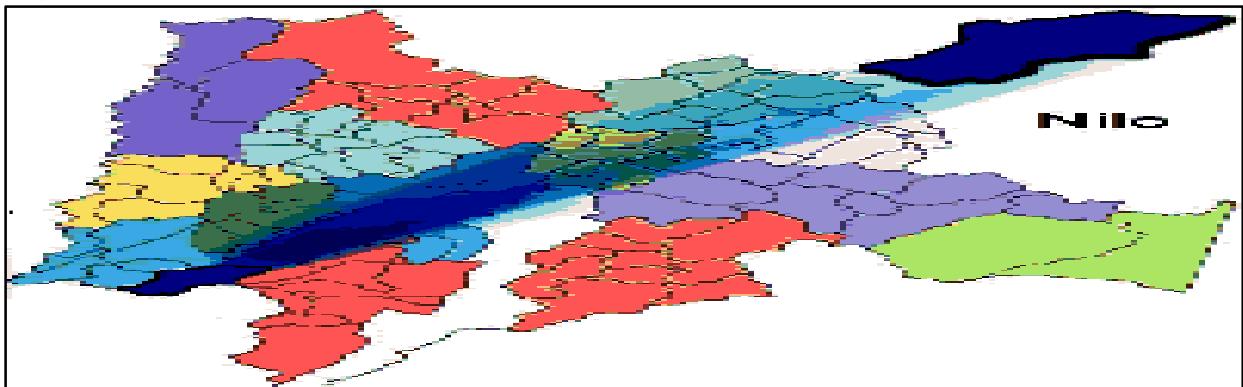


Fuente: Oficina de Planeación municipal

- **Ubicación en el territorio colombiano**

Nilo está localizado en el departamento de Cundinamarca, región del Alto Magdalena, limita con los municipio de Ricaurte, Agua de Dios, Tocaima Viotá, Tibacuy, Icononzo, Melgar, y el Carmen de Apicalá., ocupa un área de 224 kms, extensión área urbana: 56 Km<sup>2</sup>, Extensión área rural: 168 Km<sup>2</sup>, centígrados y su cabecera municipal a 336 metros de altura sobre el nivel del mar con una temperatura de 27 grados

Figura No 2. Ubicación en el territorio del Departamento de Cundinamarca



Fuente: Oficina de Planeación municipal

- **Distribución Geopolítica**

El Municipio de Nilo actualmente se encuentra dividido en cabecera Municipal (casco Urbano) dos centros poblados y en la zona rural 18 veredas. El centro poblado o cabecera Municipal está dividido en los barrios en tres barrios y dos sectores aledaños.

- ✓ Cabecera municipal: Barrios Tamarindo, El Progreso, El Vaticano, los sectores de Puente Cucharo y Peñones.
- ✓ Centros poblados: La Esmeralda, Pueblo Nuevo
- ✓ Zona rural (18 Veredas): San Bartolo, Batavia, Balunda, Buenos Aires, Pajas Blancas, Pradito, Bellavista, San Jerónimo, Belén, Malachí, Sonora, Tolemada, Cobos, Mesabaja, Los Curos, La Palmita, Aguadediocito, Limones

## **7.5. MARCO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE NILO**

Nilo fue Fundado El Día 05 de marzo de 1783 Por el Presbítero Francisco Antonio Ruiz y por los vecinos Joaquín de La Cadena y Pedro A. Gálvez. Otros nombres que ha recibido el municipio: “Cuna De La Música Del Himno Nacional de Colombia”.

Centro religioso de la Tribu Panche, el Municipio de Nilo se encuentra ubicado sobre el margen derecho el valle del río Magdalena a 120 kilómetros de la capital del país por vía terrestre, es de clima cálido en general, pero está rodeado por estribaciones de la cordillera oriental, donde el cerro Cualamaná y el Quininí, le generan variedad en cultivos, por el clima medio y topografía montañoso.

Desde esos mismos cerros nace el río Pagüey, pequeño afluente del río Sumapaz, y a su vez del río Magdalena, cumple un recorrido de aproximadamente 50 kilómetros desde su nacimiento hasta su desembocadura, y suministra agua potable al centro poblado de Pueblo Nuevo y al casco urbano de Nilo, así como a varias veredas del Municipio.

No hay datos exactos sobre la fundación del Municipio de Nilo, sin embargo por su ubicación se puede decir que Nilo hizo parte de la hacienda que se entregó a Don Francisco Toledo, un español de la Época de la Colonia, de aquí el nombre de la hacienda Tolemaida hoy base militar.

Los primeros registros aparecen hacia 1870 cuando se expidió la primera partida de bautismo en la Parroquia de Nuestra Señora de la Salud.

En este mismo paraje en la hacienda potreritos y para la misma época habitó el ilustre italiano ORESTE SINDICI, quien amenizaba la misa tocando el órgano de la iglesia, único instrumento musical del Municipio. Por recomendación de su amigo RAFAEL NUÑEZ, le colocó las notas musicales a una canción escrita por don Rafael, llamada constelaciones y dedicada a la ciudad de Cartagena, su ciudad natal y que celebra su independencia el 11 de noviembre. Para esa fecha Don ORESTE, interpreta por primera vez la música de las Constelaciones, en el parque municipal debajo de un tamarindo, que más tarde se convertiría en el Himno Nacional de la República de Colombia.

## **7.6. MARCO LEGAL**

Desde el punto de vista de la planificación, el **artículo 339 de la Constitución Política de Colombia** determinó a nivel nacional la obligación de elaborar un plan nacional de desarrollo y, a nivel regional, estableció que las entidades territoriales deberían elaborar y adoptar de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Igualmente en el artículo 300 se estableció que corresponde a las Asambleas Departamentales, por medio de ordenanzas, entre otras, expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera.

En este mismo sentido la **Ley 152 de 1994** por medio de la cual se estableció la ley Orgánica del Plan de Desarrollo, en sus principios generales consagró elementos como la autonomía de las entidades territoriales, en coordinación, concurrencia, subsidiariedad, complementariedad con la Nación y la búsqueda de desarrollo armónico de las regiones. En el desarrollo de este marco normativo en 1995 dentro el Plan Nacional de Desarrollo aprobado por la ley 188, en el artículo 20 de esta ley se estableció que las acciones que se desarrollen en el sector turismo se encaminarían a fortalecer la competitividad, de tal manera que se generen condiciones favorables para su desempeño con clara preservación de los valores sociales, culturales y ambientales del país.

Con la expedición de la **Ley 300 de 1996** se determinó que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias y, debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental. A nivel regional se estableció que corresponde a los Departamentos, a las Regiones, al Distrito Capital, a los Distritos, **Municipios** y a las comunidades indígenas, **la elaboración de Planes Sectoriales de Desarrollo Turístico** con fundamento a lo establecido en la mencionada ley y debe seguir el mismo mecanismo establecido en el artículo 9º, numeral 1º, de la Ley 152 de 1994 para la conformación del Consejo Nacional de Planeación. En materia de planificación dispuso la armonización de las actividades turísticas con el plan sectorial de turismo, el cual debe formar parte del plan nacional de desarrollo, también estableció que la **preparación del Plan Sectorial de Turismo** debe seguir el procedimiento establecido en el artículo 339 de la Constitución Nacional, que se coordinará con el Departamento Nacional de Planeación y con las entidades territoriales y formará parte del Plan Nacional de Desarrollo, previa aprobación del Conpes.

### **Ley 388 de 1997 (Planes de Ordenamiento Territorial)**

Desde cuando entro en vigencia la ley 388 de 1997, los planes de ordenamiento que se habían venido adelantando por parte de los Municipios del país, arrojaron valiosos insumos para el proceso de planificación turística. La información incorporada en la elaboración de los mismos, suministra sustancialmente información detallada e importante en la metodología de los planes de turismo convencionales.

En los planes de ordenamiento territorial se hace una evaluación y proyección de temas fundamentales para la planificación del turismo, tales como:

1. Infraestructura: vías, servicios públicos, señalización, entre otros
2. Espacio publico
3. Plan turística
4. Inventario de algunos atractivos, especialmente los recursos naturales
5. Nivel de equipamiento del destino

### **Documento CONPES 3397 de 2005.**

Este documento destaca la potencialidad económica y de desarrollo regional que puede tener para Colombia, si se proyecta como un destino turístico en los mercados internacionales. Es así como “propone lineamientos para el desarrollo del sector turismo y las estrategias que son necesarias implementar para lograr ese fin.”

A nivel interno, a partir del ejercicio estratégico realizado entre el sector público nacional, el regional y el privado para la formulación de los convenios de competitividad turística<sup>11</sup> se identificó la formación del recurso humano, como uno de los retos neurálgicos y transversales que debe superar el sector, donde se identificaron las siguientes situaciones:

- ✓ **Educación y capacitación:** Se requiere mejorar el entrenamiento y capacitación a prestadores de servicios turísticos, especialmente en el manejo de un segundo idioma. Subsisten debilidades en términos de articulación

entre la educación formal y la educación para el trabajo que permitan incorporar nuevas tecnologías y cerrar las brechas tecnológicas del sector turismo.

- ✓ **Sensibilización Turística:** Se debe fortalecer la sensibilización entre la población en temas tales como el turismo, el medio ambiente y los rasgos culturales. Existen debilidades en el desarrollo de una adecuada y sostenible cultura turística.

Igualmente el documento CONPES, manifestó que las estrategias en materia de educación para el turismo deben ajustarse a las características de los actores involucrados en ella y orientarse de manera pertinente a solucionar las necesidades de los mismos.

De la misma manera el **Plan Departamental de “UNIDOS PODEMOS MÁS 2016 – 2019”<sup>4</sup>:**

En el Capítulo IV Competitividad Sostenible; respecto de las actividades económicas que pueden aportar a la competitividad departamental se encuentra el Turismo, el cual presenta potencialidades en Cundinamarca, así como convertirse en un instrumento de lucha contra la pobreza y en una herramienta primordial para el desarrollo.

Sin embargo, como ya se ha mencionado el Departamento afronta actualmente dificultades de infraestructura y accesibilidad a los atractivos ligados a una deficiente calidad en la prestación de los servicios turísticos. Se reconocen una serie de factores que generan una baja productividad y competitividad del turismo en la región, como la baja capacidad gerencial, bajo presupuesto para la inversión, una inadecuada malla vial y la falta de incentivos tributarios y sistemas de financiación a empresarios.

---

<sup>4</sup> Tomado de: “Ordenanza No 006 de 2016, por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Departamental 2016 – 2019, Unidos Podemos Más”, Asamblea Departamental de Cundinamarca, consultado septiembre 04 de 2016.

### **Según el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018<sup>5</sup>:**

Conviene señalar la creciente importancia que a nivel mundial están adquiriendo los servicios turísticos por el impacto en las economías de los países, que además de abrir nuevas oportunidades, también genera mayores exigencias para competir en mercados globalizados caracterizados por una mayor rivalidad y concurrencia de actores productivos. La consolidación del comercio internacional, el fortalecimiento de la formación del recurso humano, el desarrollo de los medios de transporte, el fortalecimiento de los marcos institucionales entre otros, han fortalecido la posición competitiva de diversos países y han tenido directa repercusión en su desarrollo.

El reciente informe del Open WorkingGroup de las Naciones Unidas tras la cumbre de Río + 20, refuerza el principio de la gente como centro de desarrollo sustentable. La savia de turismo es la gente, en ese sentido el turismo como ninguna otra industria, le apuesta al cumplimiento de los objetivos globales.

Así mismo, este fundamento transversal orientará la inteligencia de mercados como estrategia que apoye la toma de decisiones frente a los mercados turísticos para garantizar la sostenibilidad económica, y será determinante en las estrategias para la formación y cualificación del capital humano, más consciente de su papel frente al turismo responsable y sostenible.

### **Plan Nacional de Desarrollo: “Todos por un Nuevo País 2014 2018”<sup>6</sup>:**

En la experiencia adquirida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) en la ejecución de la política de turismo, se identificaron los siguientes problemas relacionados con el desarrollo de la actividad y su materialización en las regiones: 1) baja calidad de los servicios turísticos que impide cumplir con estándares internacionales; 2) deficiencias de la planta turística así como de la infraestructura que

---

<sup>5</sup> Tomado de: “Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, *Turismo para la construcción de la Paz*”, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Departamento Nacional de Planeación; consultado Abril 28 de 2016.

<sup>6</sup> Tomado de: “Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 TODOS POR UN NUEVO PAIS” Presidencia de la Republica de Colombia, consultado en agosto 23 de 2016.

limitan el desarrollo de destinos turísticos; 3) bajos niveles de conectividad aérea, marítima, fluvial y digital entre las regiones; 4) limitada aplicación de políticas nacionales en las regiones e inaplicabilidad de planes de desarrollo turístico a nivel local; 5) ausencia de coordinación entre las entidades del orden nacional en torno a las políticas del sector; y, 6) pérdida de articulación y manejo de los recursos públicos por parte del MINCIT.

De manera articulada con los principios que deben guiar las estrategias en materia de desarrollo productivo e internacionalización para la competitividad empresarial, es fundamental tener una estrategia que se ocupe de brindar una oferta diferenciada de políticas, programas e instrumentos, consecuente con las capacidades productivas de cada región. Con este propósito, es necesario trabajar en las siguientes tareas específicas: 1) lograr una especialización de las regiones para el desarrollo productivo; 2) atraer Inversión Extranjera Directa (IED) en las regiones de menor desarrollo del país; 3) promover y difundir mejores prácticas para el ambiente de negocios; 4) fortalecer el desarrollo económico local; y, 5) potenciar el turismo como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz.

Por último, está el quinto componente, relacionado con el potenciamiento del turismo como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz, que apoya y aprovecha la diversidad y multiculturalidad del país. En línea con el Plan Sectorial de Turismo para la Construcción de la Paz 2014-2018, el MINCIT trabajará, en primera instancia, en el mejoramiento de la competitividad para el desarrollo turístico regional. Para este fin, consolidará los 7 productos y experiencias de calidad existentes y diseñará nuevos productos; avanzará en el saneamiento y recuperación de activos turísticos que estén bajo su administración; desarrollará nuevas obras de infraestructura turística y optimizará las existentes; implementará una campaña dirigida a prestadores de servicios turísticos para que se certifiquen en las normas técnicas de calidad en turismo; apoyará la certificación de 3 destinos como destinos turísticos sostenibles; realizará alianzas con instituciones especializadas en enseñanza de una segunda



lengua para formar y capacitar al recurso humano de los prestadores de servicios turísticos; fortalecerá el Programa Nacional para la Formalización Turística en procura de un sector turístico, responsable, accesible y formalizado

## 8. DISEÑO METODOLOGICO

El diseño Metodológico es la forma particular como cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del investigador; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada investigador (estudiante en proceso de grado) en su quehacer.

Por lo tanto, la estrategia de intervención depende del tipo de estudio que se elija (el enfoque), ya que éste determina el diseño, el proceso propuesto a la comunidad (habitantes y turistas del Municipio de Nilo - Cundinamarca), la información generada, la forma como se trabajará con la población objetivo y el lugar del investigador.

Para llegar al diseño metodológico se ha adquirido previamente un conocimiento de las teorías científicas correspondientes y de las investigaciones llevadas a cabo sobre el tema, y desarrollando este punto a manera de antecedentes no se han encontrado en las bibliotecas del Municipio de Girardot material escrito sobre una propuesta que permita un plan estratégico de Turismo a nivel académico, elaborando el *estado del arte*. Es el momento entonces de establecer el nexo entre las dimensiones teóricas de dicho objeto y sus *dimensiones observables*, es decir, traducir ese objeto teórico a dimensiones, cualidades o variables que podamos observar en la "realidad". Remodelarlo de manera que, a través de nuestros sentidos, podamos captar esas cualidades del objeto y las relaciones que guardan entre sí, en correspondencia lógica con la teoría. Es el momento de la *operacionalización* de nuestros conceptos teóricos.

### 8.1. Tipo de investigación

La propuesta de investigación denominada: "PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017", es de carácter: Exploratoria, descriptiva y Transversal.

- **Investigación Exploratoria<sup>7</sup>**

Los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura revelo que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio.

Para esta propuesta resulta importante la aplicación de este tipo de investigación pues nos sirve para aumentar el grado de familiaridad con los fenómenos relativamente desconocidos, en tal sentido permitirá una mejor concepción del proceso turístico del Municipio de Nilo,

- **Investigación Descriptiva**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

- **Investigación Transversal<sup>8</sup>**

Al respecto resulta importante manifestar que este tipo de investigación es apropiada cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel del objeto de estudio en un momento dado.

Es por supuesto, útil para analizar la relación entre un conjunto de variables en un punto de tiempo, y es útil para abarcar grupos o subgrupos de personas, para este caso los estudiantes activos y debidamente matriculados en el Programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera.

---

<sup>7</sup> HERNÁNDEZ, R.: "Metodología de la Investigación" Mc Graw Hill, Cuarta Edición, México, 2006, 882 p.

<sup>8</sup>Ibídem.

## 8.2. Caracterización de la población de estudio (Universo)

Para el caso de este estudio, en el Proyecto denominado “DISEÑO DEL PLAN DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017” se observa que la dinámica poblacional según datos del Censo del año 2005 la población se elevó 3 veces del promedio histórico, porque durante los censos anteriores no se tenía en cuenta la población flotante de militares acantonados en la Base Militar de Tolemaida. Para el 2005 esta población censada se sumó a la tradicional del municipio, generando un resultado no cierto, porque para el 2008, se esperaba una población máxima de 6200 habitantes.

Población local residente permanente y tradicional que se ubican en las veredas y centros poblados, según DANE es de 17.042<sup>9</sup> y hogares 2425.

- **Muestra**

La población específica la constituyen los habitantes del Municipio de Nilo y los turistas, para el caso la población asciende a 17.042<sup>10</sup> individuos (elementos), y aplicando una proyección matemática se calcula la muestra a partir de:

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

Con un índice de confianza del 95% y un margen de error permitido del 5%, una vez calculada la muestra, esta asciende a la cifra de 375 (individuos – elementos)

Desde luego el tema relacionado con la oferta turística en este estudio, tendrá como referencia los establecimientos comerciales formales e informales dedicadas a la actividad turísticas; lo cual equivale alrededor de 20 establecimientos.

---

<sup>9</sup>Según la Resolución No 095 de 2013 “por medio de la cual se adopta categoría del Municipio de Nilo – Cundinamarca” el Departamento Administrativo Nacional de Estadística certifica que existen 17.042 habitantes, los cuales en primera instancia se constituirán en la población objetivo

<sup>10</sup>Esta población es la que proyecta la Oficina de Planeación para la elaboración del Plan de Desarrollo 2012 – 2015, por tanto es válida metodológica y científicamente por ser un dato de orden oficial.

### **8.3. Técnicas de recolección de información**

La investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos, estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado.

Cada tipo de investigación determinara las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que sean empleados. Todo lo que va a realizar el investigador tiene su apoyo en la técnica de recolección de datos. Aunque utilice medios diferentes, su marco metodológico de recolección de datos se concentra en la aplicación de cuestionario (encuestas).

- **Instrumento de recolección de datos (Encuesta)**

La Encuesta tiene como propósito obtener información relativa a características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos. Es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que el investigador combinará en función del tipo de estudio que se propone realizar; a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas, La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Es decir, plantear preguntas a una muestra de sujetos de la población<sup>11</sup>.

Para Álvarez (2001 pp 122), la encuesta permite obtener la información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con el problema de estudio, para luego, por medio de un análisis cuantitativo o cualitativo, generar las conclusiones que correspondan a los datos obtenidos<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup>Lección 28. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, tomado de: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/211621/PROY-GRADO\\_EN\\_LINEA/leccin\\_28\\_tcnicas\\_e\\_instrumentos\\_para\\_la\\_recoleccin\\_de\\_datos.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/211621/PROY-GRADO_EN_LINEA/leccin_28_tcnicas_e_instrumentos_para_la_recoleccin_de_datos.html), consultado en noviembre de 2015.

<sup>12</sup>ibídem

En esta investigación denominada **“DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017”** se escoge la encuesta por ser un instrumento que por su grado de interacción del investigador con la persona quien posee la información es mínimo; la información es obtenida por medio de preguntas formuladas en instrumentos como el cuestionario (Hurtado 2000). Tamayo (2000 pp 124), indica que la elaboración del cuestionario requiere de la consulta, aprendizaje y aprehensión de conocimiento previo del fenómeno objeto de investigación, lo cual debe realizarse en la primera etapa del trabajo. En este sentido, Eyssautier (2000 pp 208), afirma que las preguntas deben ser cuidadosamente preparadas tomando como base la relación del problema que se investiga y a las hipótesis a comprobar.

Modelo Encuesta pág. No 1 caracterización de la demanda turística



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
Programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera  
Encuesta para caracterizar el perfil del turista que visita el Municipio de Nilo Cundinamarca

Modelo

Marca con una X la opción que creas más conveniente

1. Cuál es su lugar de residencia:

Departamento	Municipio

2. Su rango de edad se encuentra entre:

18 – 25 años	
26 – 33 años	
34 – 41 años	
41 – 50 años	
51 – 60 años	
Más de 60 años	

3. Su estado civil es:

Soltero	
Casado	
Separado	
viudo	

4. Con quien viaja generalmente

Solo	
Familia	
Pareja	
Amigos	

5. Genero

Hombre	
mujer	

6. ¿Porque visita el municipio de Nilo?

Oferta gastronómica	
Oferta cultural	
Oferta deportiva	
Oferta turística	
otro	
cual	

6.1. Si la respuesta fue la opción No 1 ¿Que platos típicos de Nilo conoce?

Víudo de capaz	
Lechona	
Tamal	
Ninguno	

6.2. Si la respuesta fue la opción No 2, cultural ¿qué eventos de orden cultural conoce?

Festival del retorno	
Ferías y fiestas	
Semana Cultural	
Otro	
cual	

6.3. Si la respuesta fue la opción No 3, Deportiva, que eventos deportivos conoce.

Carrera Atlética	
Campeonatos de futbol	
Otra	
cual	

6.4. Si la respuesta fue la opción No 4 Turística, que aspectos turísticos de Nilo o la región conoce

Cual	
------	--

6.5. Como se enteró de la oferta turística del Municipio de Nilo

Referencia de amigos o familiares	
Prensa, radio, televisión	
Internet	
Agencias de viajes	
Plegables, afiches o PIT*	

\* Puntos de Información Turística

6.6. ¿Sus preferencias en actividades complementarias en Turismo en el Municipio de Nilo son?

Turismo de aventura	
Escalada o Rappel	
Actividades acuáticas	
Cidomostañismo	
Cabalgatas	
Senderismo y caminatas ecológicas	
Observación de flora y fauna	
Avistamiento de aves	
Visita a lugares históricos	
Artesanías	
Eventos de música	
Eventos religiosos	

7. Durante su visita al Municipio de Nilo ¿cuánto dura su estadía

Un día	
Entre dos y tres	
Entre cuatro y cinco	
Entre seis y nueve	
Más de diez días	

8. Durante que días o épocas prefiere visitar el Municipio de Girardot

Vacaciones laborales	
Festividades	
Semana santa	
Puentes festivos	
Fines de semana	

Encuesta pág. No 2 caracterización de la demanda turística



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
Programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera  
Encuesta para caracterizar el perfil del turista que visita el Municipio de Nilo Cundinamarca

Vacaciones escolares	
----------------------	--

9. Cada cuanto visita el Municipio de Nilo

Primera vez	
Quincenal o Mensual	
Cada dos o tres meses	
Semestral	
Anual	

10. A su criterio que imagen turística identifica al Municipio de Nilo

Sol y piscina	
Turismo de aventura	
Ecoturística	
Cultural e histórica	
Eventos y festividades	

11. Qué medio de transporte utiliza para llegar al Municipio de Nilo

Vehículo particular	
Servicio público	

11.1. Como califica el servicio de transporte público, para llegar al Municipio de Nilo

Excelente	
Buena	
Aceptable	
Mala	
Ns / Nr	

12. Durante su estadía en el Municipio de Nilo se hospeda en

Casa propia	
Casa rentada	
Casa de amigos	
Hospedaje	
Hotel	

12.1. Si su respuesta fue alguna de las opciones No 1, 2 o 3, le gustaría hospedarse en algún hotel

Sí	
No	
Ns / Nr	

12.1.1. En cuanto a las opciones de hospedaje, que tipo le gustaría

Hotel convencional	
Posada Turística	
Hostal	
Finca Turística	

12.2. Si su respuesta fue la opción No 4 o 5, como califica el servicio de alojamiento en el Municipio de Nilo

1	
2	
3	
4	
5	

(Siendo 1 malo y 5 excelente)

12.3. Cuáles son los servicios complementarios que desearía en el servicio de alojamiento

Internet y teléfonos	
Bar	
Televisión por cable	
Actividades recreativas	
Tour por principales atractivos	

13. Cual considera que es el medio más efectivo para la compra de servicios turísticos

Agencia de viajes	
Medios electrónicos	
Puntos de información turística	
Directamente con los prestadores	

14. Cuanto es su presupuesto por persona para alojamiento por un día

Hasta \$ 30.000	
Entre \$ 30.001 y \$ 99.000	
Entre \$ 100.000 y \$ 150.000	
Entre \$ 151.000 y \$ 200.000	
Más de \$ 200.000	

15. Cuanto es su presupuesto diario por persona para otros servicios turísticos

Hasta \$ 30.000	
Entre \$ 30.001 y \$ 99.000	
Entre \$ 100.000 y \$ 150.000	
Entre \$ 151.000 y \$ 200.000	
Más de \$ 200.000	

16. Cuando usted visita el Municipio de Nilo, hace sus compras de víveres, frutas, verduras y abarrotes en:

Supermercados locales	
Tiendas de barrio	
Plaza	
Supermercados de su lugar de origen	



#### 8.4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Constituye una fase completamente mecánica, la cual puede llevarse a cabo de forma manual o computarizada. Todo depende del tipo de muestra que se haya determinado dentro de la investigación, es decir, la muestra que representa el objeto de estudio.

Si la muestra es pequeña para este caso el universo lo constituyen 17.042 individuos y la muestra observando un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5% la muestra la componen 375 individuos, se manejan los datos utilizando medios manuales mediante hoja de cálculo Excel en el cual se introducen fórmulas que permiten diagramar y graficar los resultados.

Previamente los ordenará y procederá a elaborar su propia guía, permitiendo así el fácil procesamiento de los datos. Para ello deberá considerar cuatro pasos, los cuales son: Agrupación, Categorización, Codificación y Tabulación<sup>13</sup>.

Cualquiera que sea el instrumento o medio utilizado para recabar la información, esta tendrá carácter meramente empírico. Los datos recogidos están en función de los tipos de preguntas elaboradas. Algunas respuestas serán directas y otras teóricas, que permitirán comprobar lo planteado en la definición del problema de investigación.

Una vez obtenidas las respuestas de los individuos (población objeto de estudio) se procede a:

- ✓ **Agrupación:** Consiste en la facultad que tiene el investigador de agrupar todas las respuestas similares, de tal manera que la información obtenida pueda

---

<sup>13</sup>Para Luisa María Ramos en su condición de estudiante y autora de este anteproyecto de investigación el proceso metodológico, correspondería al desarrollo de estos 4 pasos, los cuales a juicio nuestro se constituyen en los elementos lógicos y sobre todo claves a seguir en cualquier tipo de investigación, teniendo en cuenta que los datos una vez se obtengan deben organizarse (agrupación); luego se procederá a ordenarse (categorizar), desde luego que deben codificarse para este punto se utilizará plantilla en formato Excel con la diagramación de cada una de las preguntas agrupadas en las etapas de medición que se diseñen, y luego se procederá a tabular y analizar la información.

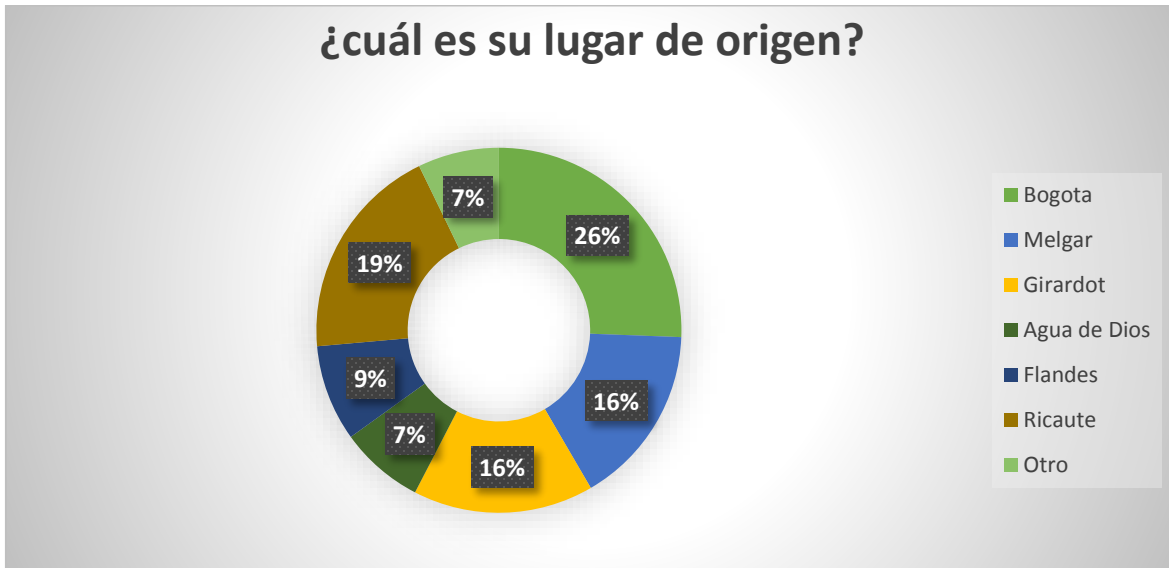
manejarse con mayor comodidad, tratando que los grupos que la conforman no serán demasiados y se haga fácil el proceso.

- ✓ **Categorización:** La agrupación anterior conlleva al señalamiento de las categorías o ítems en que estas respuestas deben concentrarse. Establecerá las que considere convenientes para su estudio según lo señalado en la fase de operacionalización.
- ✓ **Codificación:** Consiste en la expresión numérica a la que será sometida cada una de las respuestas verbales y que en el caso estudiado, corresponderá asignarle a cada una de las categorías.
- ✓ **Tabulación:** Consiste en la contabilización que se efectúa de cada una de las preguntas para determinar numéricamente las respuestas obtenidas.

## 9. RESULTADOS

Los resultados que a continuación se muestran, corresponden a la preocupación de Luisa María Ramos como estudiante consciente de la trazabilidad del panorama, partiendo de la óptica de un cambio en los años venideros en la entidad territorial como administradora de los destinos del municipio por cada periodo constitucional de gobierno como actividad e gobierno enmarcada en la actividad de estado.

Grafica No 1. ¿Cuál es su lugar de origen?



Fuente: Presente estudio

Según Camacaro (2008): “El turismo es definido como un sistema socio-económico basado en la recreación física y emocional de las personas, integrado por diferentes actividades que se desarrollan en la dimensión ambiental, cultural y económica del ser humano y que partiendo de la sensibilización, capacitación y organización de las comunidades para prestar buenos servicios, aprovecha racionalmente los paisajes y el patrimonio histórico cultural, para convertirlos en centros de atracción que capten

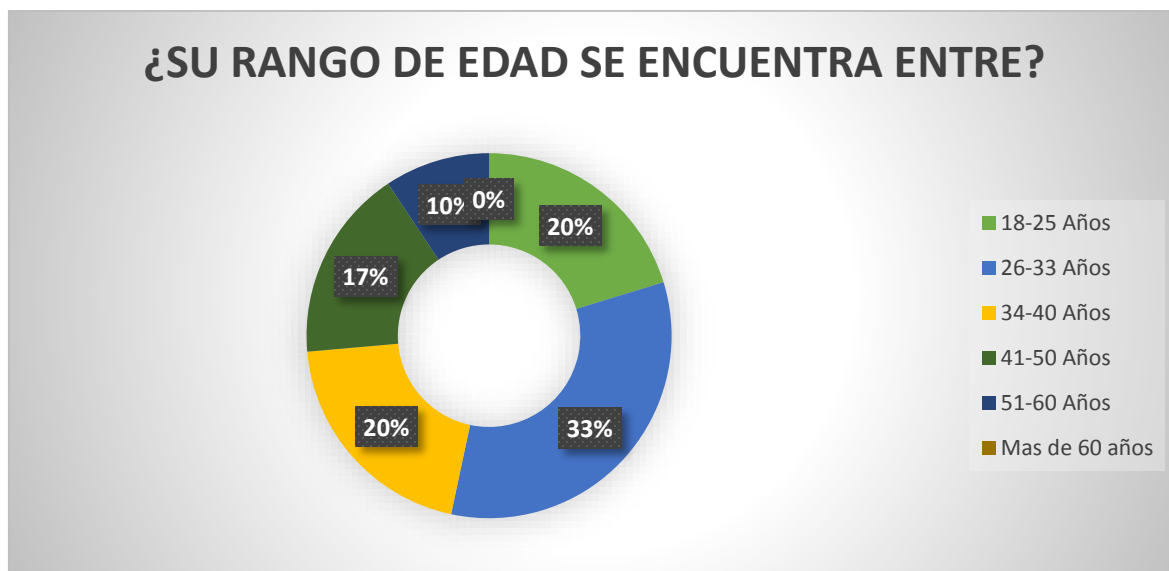
visitantes nacionales o internacionales, quienes durante su estadía generan ingresos que benefician a la comunidad anfitriona”<sup>14</sup>.

Desde lo anterior, se considera importante el conocimiento de la demanda turística de un destino, que se enfoque en tratar de conocer las características de origen del turista, lo cual desde luego permitirá a la administración municipal generar estrategias que posibiliten la satisfacción del turista a partir de una oferta turística acorde con sus necesidades, por lo cual preguntarle a los turistas que visitan el Municipio de Nilo, su lugar de origen, permite llegar a los siguientes datos: i) el 26% de los encuestados tiene como lugar de origen Bogotá convirtiéndose en el principal lugar de procedencia de los turistas.

---

<sup>14</sup>Tomado de: NARVAEZ. M., FERNANDEZ. G., “El turismo desde la perspectiva de la demanda. Lugar de estudio: Península de Paraguaná Venezuela”, Universidad del Zulia – Venezuela, 2010, consultado abril 24 de 2017 (artículo de investigación en línea), recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v13n2/v13n2a20.pdf>

Grafica No 2. ¿Cuál es su rango de edad?



Fuente: presente estudio

Con este proceso de investigación, se centra en la importancia del sector, lo cual se manifiesta en la cantidad de turistas que acuden al Municipio de Nilo, aunque su dinámica propia obliga a hablar cada vez con mayor frecuencia de diferentes productos y mercados, por lo cual se hace necesario hablar de un perfil promedio del visitante, de lo cual hace parte la edad, como criterio de análisis, bajo la óptica de perfil sociodemográfico, teniendo en cuenta que se trata de discernir y desde luego incluir este atributo tan importante como es la edad, la cual se complementa con estado civil y género de los visitantes (turistas).

De acuerdo con lo anterior, se encuentra que el 10% de los encuestados pertenece al rango etareo entre 51 y 60 años por demás turismo de salud; seguidamente en aumento por el grupo de edad comprendido entre 41 y 50 años con el 17% del total encuestado; sin embargo se encuentran en paridad técnica con el 20% los grupos etareos comprendidos entre 18 y 25 con 34 a 40 años, encontrándose que el grupo etareo con mayor participación como visitante en el Municipio de Nilo es entre 36 y 40 años con el 33% del total encuestado.

Grafica No 3. ¿Cuál es su estado civil?

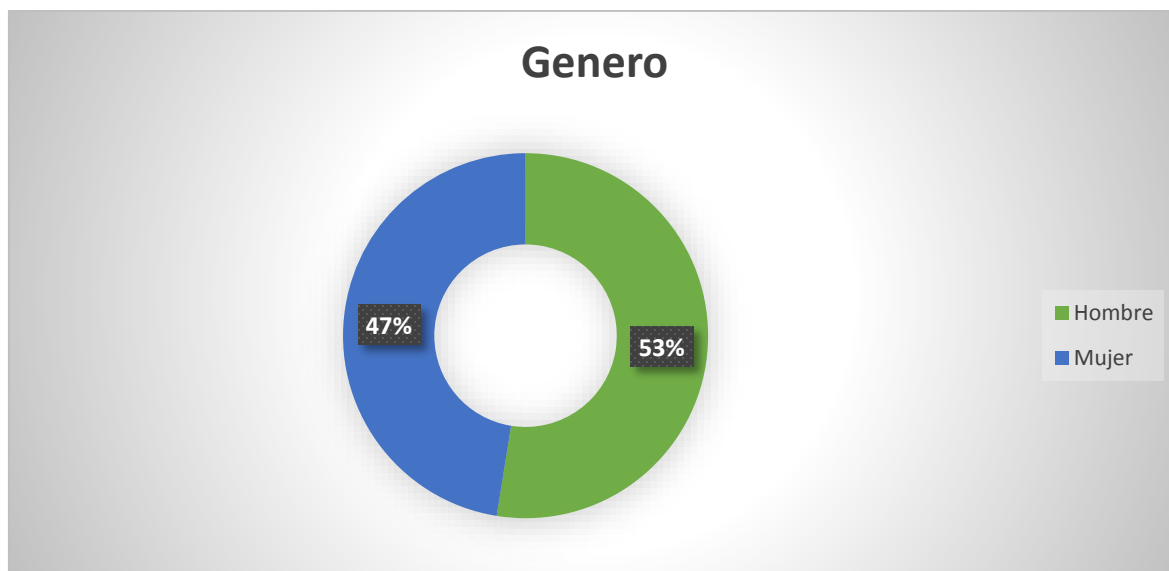


Fuente: presente estudio

El perfil sociodemográfico del Turista, implica conocer aspectos importantes entre esos, su estado civil, por cuanto permite caracterizar de manera desde diversas ópticas la demanda turística para el Municipio de Nilo, puede entonces decirse que en primer lugar se constituye en el intento de comprender la dinámica de la demanda, y por lo tanto tratar (solo tratar, dado que es sumamente difícil comprender el comportamiento del ser humano desde la óptica de consumidor).

Teniendo en cuenta los resultados se tiene que el 6% de los turistas encuestados tiene como estado civil separado, mientras que el 4% manifiesta ser viudos, dejando mayoritariamente las opciones de casados y solteros, teniendo que los primeros corresponden al 48% del total encuestado, mientras que el segundo grupo corresponde al 42%.

Grafica No 4. Genero de los turistas



Fuente: presente estudio

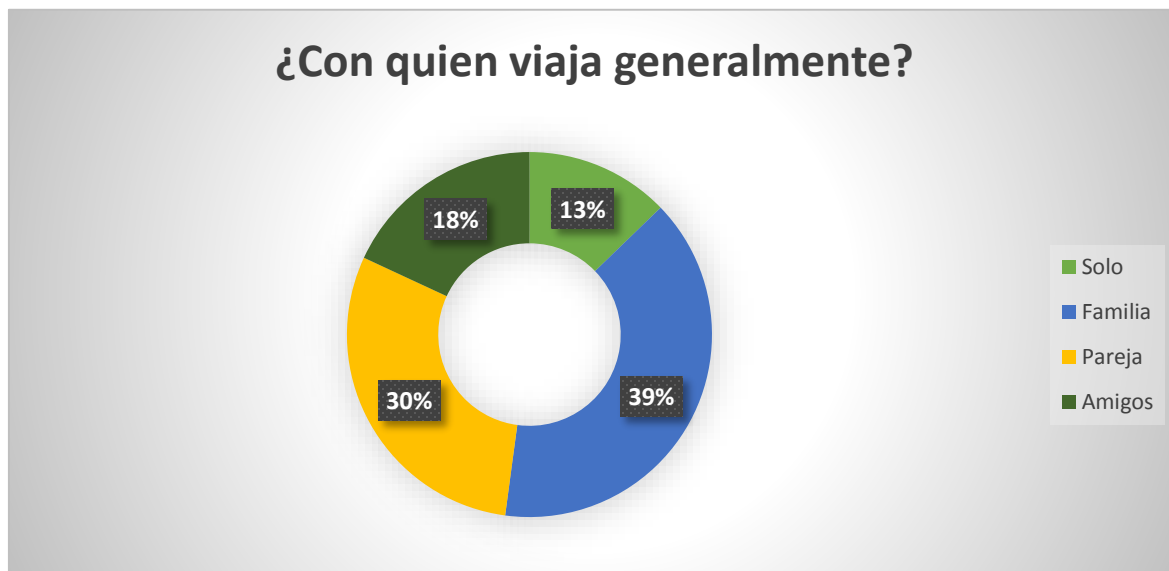
En cuanto a la característica sociodemográfica del sexo (genero) el grupo de turistas encuestados, se exhibe una ligera tendencia hacia la mayor participación de los hombres en cuanto a la visita al Municipio de Nilo, lo cual permitiría temerariamente aducir que en los grupos de visitantes mayoritariamente se encuentran conformados por hombres (simple lógica por lo resultados observados). Sin embargo esta tendencia no presenta una mayor significancia en lo estadístico suficientemente amplio, por lo cual puede aducirse que se manera prácticamente simétrica se distribuyeron iguales los grupos etareos.

No obstante, teniendo en cuenta lo plasmado en el párrafo anterior, la diferencia simétrica del 6% entre ambos resultados, se puede convertir en un empate técnico, aunque en esto no radica este trabajo, los datos muestran que las mujeres como grupo poblacional que visita el municipio lo hizo el 47% mientras que los hombres corresponden al 53% del total encuestado.

Esta posición estadística, puede ser atribuible desde luego a la existencia de la Fuerte Militar de Tolemaida, y la Escuela de Soldados Profesionales en la jurisdicción territorial de Nilo (Cundinamarca)



Grafica No 5. ¿Con quién viaja generalmente?



Fuente: presente estudio

El comportamiento del viajero en el momento de la selección del destino turístico, depende de la imagen que tenga el destino, por ello, esta investigación resulta importante a nuestro entender pues posibilita de alguna manera tratar de entender la dinámica, las motivaciones y los gustos de viaje de los turistas que visitan el Municipio de Nilo, teniendo en cuenta que la provincia del Alto Magdalena, se constituye en un destino turístico por excelencia de los habitantes de las grandes ciudades como Bogotá e Ibagué; por ello la intencionalidad de esta caracterización y en particular de este apartado, pretende superficialmente indagar respecto de la composición del viaje de los encuestados, lo cual puede en dado caso convertirse en instrumento que le suministre información importante a la administración municipal para la consolidación clara de una oferta turística capaz de atender con solvencia las necesidades de los visitantes.

Por lo cual preguntar sobre la composición del viaje teniendo en cuenta:

1. Viajan solos, esta opción corresponde al 13% del total encuestados
2. Viajan con la familia esta opción corresponde al 39% del total encuestados

3. Viajan en parejas esta opción corresponde al 30% del total encuestados
4. Viajan con amigos esta opción corresponde al 18% del total encuestados

Grafica No 6. ¿Por qué visita el Municipio de Nilo?



Fuente: presente estudio

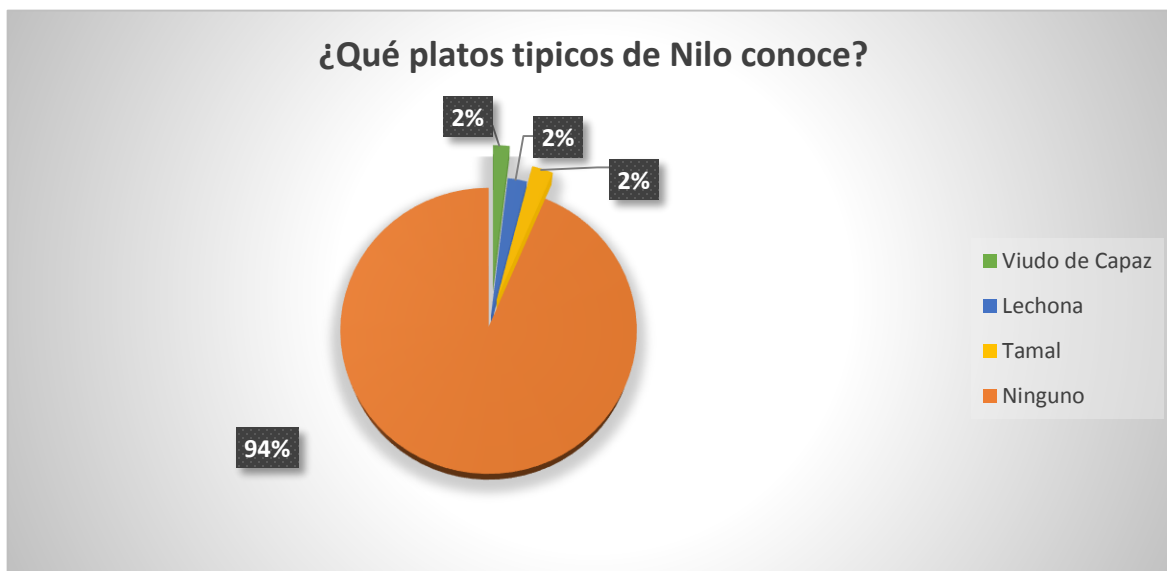
De antemano resulta importante manifestar que el turista puede realizar distintas actividades en su destino, en función de las motivaciones de su viaje y sobre todo el uso que pretenda darle a su tiempo de ocio. En la actualidad existen ponderaciones que otorgan cierto impacto económico, medioambiental o social a las diversas actividades que lleva a cabo el turista en el destino. Desde luego estas actividades se encuentran asociadas a la motivación del viaje.

En tal sentido, la investigación se centró en la oferta pública y privada que posee en el Municipio de Nilo, en cuanto a la gastronomía, la cultura, el turismo propiamente dicho y el deporte. En cuanto a los resultados se obtuvo que:

1. El concepto otro, como opción que le permitiera al turista (encuestado), disponer de una opción que sea distinta, dado que puede visitar al municipio por familia, trabajo, abstraerse del trabajo y demás, esta opción contó con el 2% del total de encuestados.
2. La opción Gastronomía representa el 4% del total de encuestados.

3. El tema cultural, a partir de tomarlo como el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, en cualquier clase de turismo que se realiza siempre hay un tipo de contacto con la cultura receptora, contacto que se incrementa a medida que el patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como recurso para el despliegue de actividades turísticas, esta opción constituyo el 6%
4. El factor deportes alcanzo una valoración del 9%
5. Mientras que el tema eminentemente turístico a partir del posicionamiento de la oferta del municipio con balnearios, atractivos turísticos, oferta institucional turística alcanzó el 79% del total de los encuestados.

Grafica No 6.1. ¿Qué platos típicos del Municipio de Nilo conoce?



Fuente: presente estudio

Según señala Saramago (2002)<sup>15</sup>, durante los últimos años surgió un turismo que comenzó a buscar restaurantes y lugares públicos donde se puede comer bien con el mismo entusiasmo con el que se procuraban antiguamente las iglesias románicas. Este nuevo segmento dio origen a lo que actualmente se denomina turismo gastronómico que continuamente adquiere mayor importancia. En todas partes se comienzan a observar personas que viajan para experimentar, degustar y probar nuevos sabores ya sea en restaurantes como en ferias gastronómicas, cenas medievales y muchos otros eventos más.

Es importante señalar que las motivaciones son esenciales para comprender al turismo gastronómico pues la mayoría de los visitantes cuando viajan recurren a los restaurantes para satisfacer las necesidades fisiológicas básicas en el sentido de Maslow y su pirámide de necesidades, es decir, la necesidad de alimentarse para sobrevivir. Fields (2002), tomando en cuenta la teoría de McIntosh, Goeldner y Ritchie

<sup>15</sup>Tomado de: OLIVEIRA. S., "La importancia de la gastronomía en el Turismo. Un ejemplo de Mealhada – Portugal", Instituto Politécnico de Leiria (Portugal), consultado abril 27 de 2017 (documento de investigación en línea), recuperado de: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322007000300001](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000300001)

(1990), identifica cuatro tipos de motivaciones gastronómicas asociadas al turismo a las que denomina de tipo físico, cultural, interpersonal y de status y prestigio<sup>16</sup>.

En cuanto al tema gastronómico, la oferta del Municipio de Nilo, no dista de lo que ofrecen otros destinos de la provincia, no obstante la dinámica y composición población, asociados al tema de la existencia de las bases militares en su jurisdicción implica la llegada de muchas personas, en algunas ocasiones con fines turísticos y en otros con otras intenciones.

Sin embargo hablar de gastronomía tiene implicaciones importantes en esta investigación, toda vez que debe tenerse en cuenta la identidad gastronómica regional, la cual se encuentra construida por:

1. Viudo (capaz y bocachico) con el 2%
2. Lechona con el 2%
3. Tamal con el 2%
4. Ninguna distinción gastronómica el 94%

Lo cual deja de presente que el turista que visita el Municipio de Nilo, viene en condiciones de diversión, sol, piscina, atractivos naturales, familia y otros conceptos turísticos menos gastronómicos.

---

<sup>16</sup>Ibidem

Grafica No 6.2. ¿Qué eventos culturales conoce?



Fuente: Presente estudio

El turismo entendido desde lo cultural como un proceso social que tiene como elementos de referencias asociados a procesos simbólicos que se denominan "cultura", y este se encuentra fuertemente ligado al concepto de "patrimonio" -entendido éste, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales".

Por lo cual preguntarle al turista sobre la cultura y su importancia en la oferta turística debemos entenderla desde una visión crítica y problemática, que implica comprensión y diálogo en contextos muy amplios dada la poca oferta de este tipo de segmento, máxime cuando en la provincia la denominación de cultura solo se asocia con reinados y otros eventos, no obstante es la oferta cultural que posee la provincia no solo del alto magdalena, sino la provincia Colombiana, para el Municipio de Nilo se reduce a:

1. Festival del retorno que solo aglutina al 3% del total de encuestados
2. Ferias y fiestas municipales que dada su importancia en el municipio solo la visitan el 1% del total de encuestados.

3. La semana cultural, se constituye pues, en la opción más reconocida por el visitante como referente dinámicamente turístico con el 15%.
4. Sin embargo la opción otros que puede tener amplias repercusiones en el turismo si fuere fácil su interpretación daría lugar a grandes contribuciones en la dinámica del turismo para Nilo, esta opción tuvo el 81% de aceptación de los encuestados.



Grafica No 6.3. ¿Conoce eventos deportivos en él Municipio de Nilo?

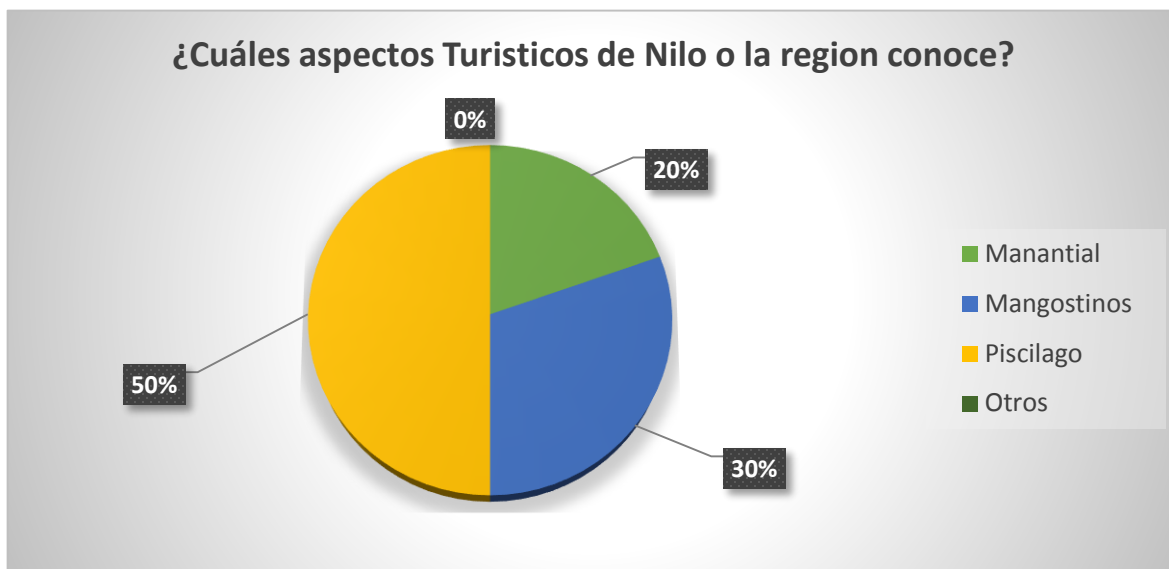


Fuente: Presente estudio

El Turismo es un factor fundamental de la cultura y de la economía, y una de las actividades económicas más relevantes como generadora de empleo y de riqueza, en particular en las zonas más desfavorecidas. Los promotores y gestores turísticos, siempre han buscado evolucionar mediante la especialización o diversificación y personalización de servicios y productos, con la finalidad de dar respuesta a las más dispares demandas que plantea el cliente.

No obstante de lo benéfico del deporte para la salud de los seres humanos, este factor no es determinante en la demanda turística para los visitantes del Municipio de Nilo, teniendo en cuenta que la carrera atlética que se realiza cada año no tiene ninguna ponderación en la intención de respuesta de los consultados, puede explicarse en el poco nombre de esta, además que no se encuentra en el calendario atlético nacional, sin embargo de cerca con el 1% del total le sigue el campeonato de futbol y la opción otra como factor que tiene amplia interpretación tiene el 99% del total de encuestados.

Grafica No 6.4. ¿Conoce algún atractivo turístico del Municipio de Nilo, Cual?



Fuente: Presente estudio

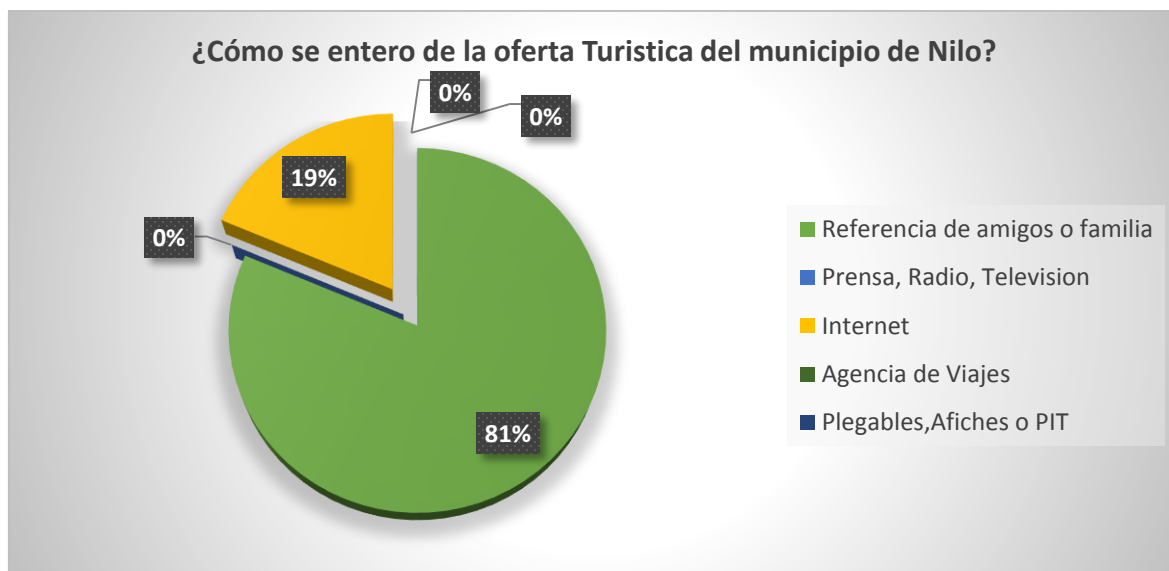
Para el caso del Municipio de Nilo, en cuanto a la oferta turística a partir de sus atractivos turísticos, aunado a la oferta de la región, sustentado en su consolidación como destino de sol lo convierte en un sitio por excelencia lo cual lo constituye en el principal ingreso de la actividad económica básica local, para el caso Nilo se viene consolidando como un destino de descanso y recreación para turistas provenientes de la ciudad de Bogotá mayoritariamente, lo cual se traduce en constante desarrollo y dinamizador para la economía.

A partir de lo anterior, los resultados que se consolidan a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos permite dar a conocer lo que es conocido de manera informal, teniendo en cuenta estos atractivos con los que cuenta el Municipio de Nilo sin detenernos en los petroglifos que deben ser parte de otro estudio turístico que permita caracterizar estos atractivos, sus implicaciones en el turismo, y el tipo de turistas que los visita, para esta investigación nos centramos en:

1. Manantial con el 20%

2. Mangostinos con el 30%
3. Piscilagos con el 50%

Grafica No 6.5 ¿Cómo se ha enterado de la oferta turística del Municipio de Nilo?



Fuente: presente estudio

Para poder satisfacer las expectativas de la demanda turística es esencial que los destinos turísticos se basen en la creación de autenticidad y emoción que atraigan a los viajeros, desde luego a partir de su cultura, su naturaleza, su propuesta de experiencias inolvidables.

En la era de la globalización, las fuertes transformaciones económicas, políticas, sociales, ambientales y por supuesto turísticas, por lo cual en este contexto altamente dinámico en cuanto al enfrentamiento de un mundo de negocios marcados por estrechos márgenes de lucro, y una fuerte competencia, en donde las estrategias mercadotécnicas que permita la promoción de sus productos (bienes y/o servicios) con énfasis en la satisfacción total de los clientes, definen con exactitud matemática la supervivencia de las organizaciones.

En el contexto turístico, no dista de esta imagen consagrada en los párrafos anteriores, demuestra que La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles

turistas (consumidores) sobre una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la promoción tradicional y no tradicional.

Contrariamente a lo que opina Campos y Álvarez (2013)<sup>17</sup> “los países cada año gastan enormes sumas de dinero en actividades de marketing con el fin de promocionarse y promocionar sus destinos turísticos. Especialmente con el propósito de comunicar al sector de los viajes y a los turistas potenciales acerca de los atractivos del país. Para ello, los gobiernos y otras organizaciones de gestión de destinos visitan las ferias internacionales de turismo, utilizan folletos turísticos informativos impresos y llevan a cabo campañas de comunicación en diferentes medios de comunicación (periódicos, televisión, Internet, etc.). En este sentido, Andrews & Kim (2007) citado por Campo & Álvarez (2013) afirman que estas estrategias de comunicación pueden ayudar a revitalizar una marca dañada en los mercados internacionales. Sin embargo, pocos estudios han analizado el efecto de las campañas de promoción de la imagen del país como parte de la del destino turístico”; el Municipio de Nilo como muchos de los municipios de la Provincia Colombia, si bien conocen la importancia del sector turístico en la dinámica económica de su población, no le reconocen su aporte con promoción que posibilite el conocimiento por parte de los reales y potenciales visitantes.

Teniendo en cuenta las apreciaciones iniciales, se tiene que los resultados validan las nuevas formas que destina el turista para elegir su sitio de visita, a partir de su oferta, entre esas opciones de búsqueda y elección de destino se tiene:

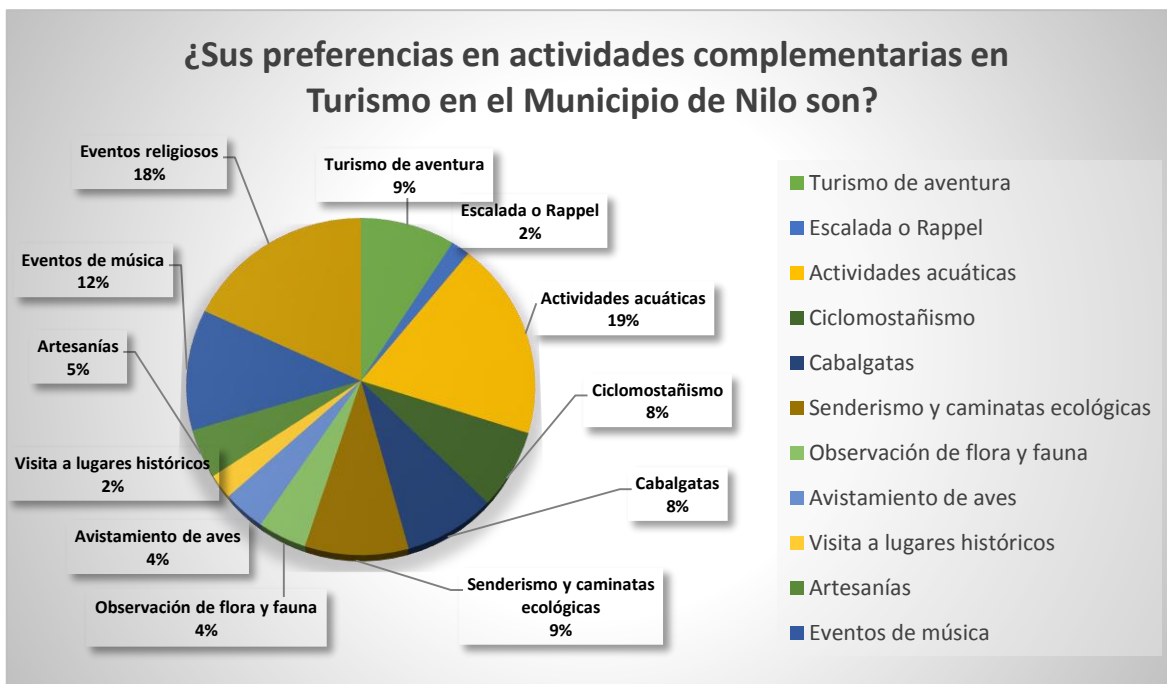
1. Internet con el 19%
2. Referencias familiares, amigos otros con el 81%
3. Prensa con el 0%

---

<sup>17</sup>Tomado de: CASTILLO. M., CASTAÑO. M., “La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas, una revisión de 2009 a 2014”; Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2015, consultado abril 27 de 2017 (artículo de investigación en línea), recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>

4. Agencias de viajes con el 0%
5. Material publicitario con el 0%

Grafica No 6.6. ¿Cuáles son sus preferencias en cuanto a actividades complementarias en turismo en el Municipio de Nilo?



Fuente: Presente estudio

Teniendo en cuenta que el sector turístico y los destinos turísticos basan su éxito y posicionamiento en la competitividad y calidad de cada uno como destino, resulta muy importante que a juicio de los visitantes (turistas) la oferta de actividades complementarias contribuye a dinamizar, caracteriza y por supuesto diversificar la oferta turística de cada destino, intentando satisfacer las expectativas de los visitantes, dado que a medida que se va ampliando la motivación del turista se hace más evidente lo que podemos denominar a partir de nuestro conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Tecnólogo en Gestión Turística y Hotelera “dinamización y actualización de la oferta”.

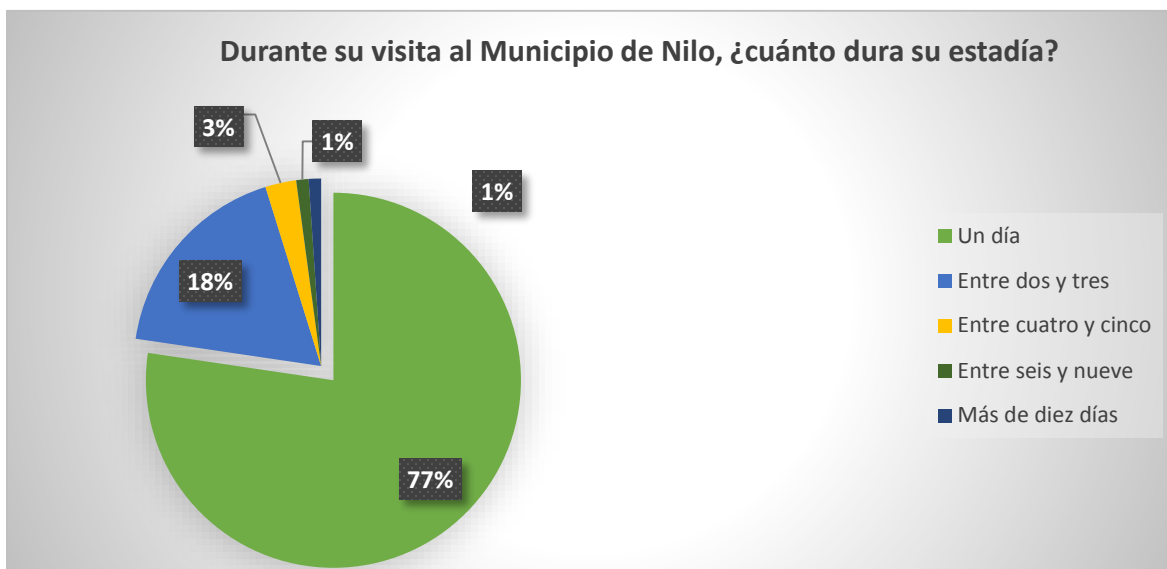
Todo lo anterior sustentado en la vocación agrícola y de campo del Municipio de Nilo, posibilita la diversificación de la oferta de atractivos turísticos, lo cual permite una gama

de muchos servicios asociados directamente y complementarios con el turismo, razón por la cual se tienen estos resultados:

1. Visita de lugares históricos con el 2%
2. Actividades de escalada y rappel con el 2%
3. Actividades de orden ambiental como avistamiento de aves con el 4%
4. Observación de flora y fauna nativa con el 4%
5. Artesanías con el 5%
6. Desarrollo de actividades de paseo equino (cabalgatas) con el 8%
7. El deporte asociado al ciclomontañismo con el 8%
8. La magnitud del territorio asociado a su geográfico y orográfico permite que actividades como el senderismo tengan una ponderación del 9%
9. El turismo de aventura por las mismas consideraciones del punto 9, corresponde al 9%.
10. Actividades culturales relacionadas con la música con el 12%
11. Actividades religiosas con el 18%
12. Actividades acuáticas con el 19%



Grafica No 7. Durante su visita al Municipio de Nilo ¿Cuánto dura su estadía?



Fuente: presente estudio

Luego del cumulo de preguntas anteriores(1 a 6.6), respecto de temas relacionados con el conocimiento de la oferta turística del Municipio de Nilo, nos vemos obligados a tratar de conocer aspectos más puntuales entre el cual se destaca la duración de la estancia del turista en la jurisdicción.

Por lo cual conocer en profundidad cuáles son los factores que condicionan las decisiones sobre la duración de la estancia en destinos tradicionales de sol y playa supone un objetivo relevante de investigación, que permitirá aportar la información necesaria a las instituciones públicas y privadas de cara a una mejora continua de la gestión de los destinos tradicionales en el medio plazo. Desde luego que en este trabajo no nos dedicamos a analizar la duración (estancia) como fenómeno particular, sino como un factor asociado al turismo en el Municipio de Nilo (Cundinamarca), por lo cual Identificar los determinantes de la estancia para este destino particular es una tarea relevante en la mejora del conocimiento de este importante sector de la economía, dado que al ser un destino de sol y clima, al igual que el Municipio de Girardot.

Destacando además, que no se realizan cruces de la respuestas obtenidas a partir del cuestionario desarrollado, puede asociarse que una de las principales razones que supeditan la estancia de cualquier turista en el destino, con el gasto diario destinado para tal efecto, como también el presupuesto general de la visita.

Para lo cual se tienen los siguientes resultados

1. Estancias de más de 10 días (consideradas con vacaciones) con el 1%
2. Estancias menores, comprendidas entre 6 y 9 días, con el 1%
3. Estancias entre 4 y 5 días con el 3%
4. Estancias menores con 2 y 3 días tienen una amplia aceptación con el 18%
5. Finalmente la estancia de un (1) día que es la de mayor repitencia y escogencia por parte de los turistas con el 77%

Grafica No 8. ¿Cada cuánto visita el Municipio de Nilo?

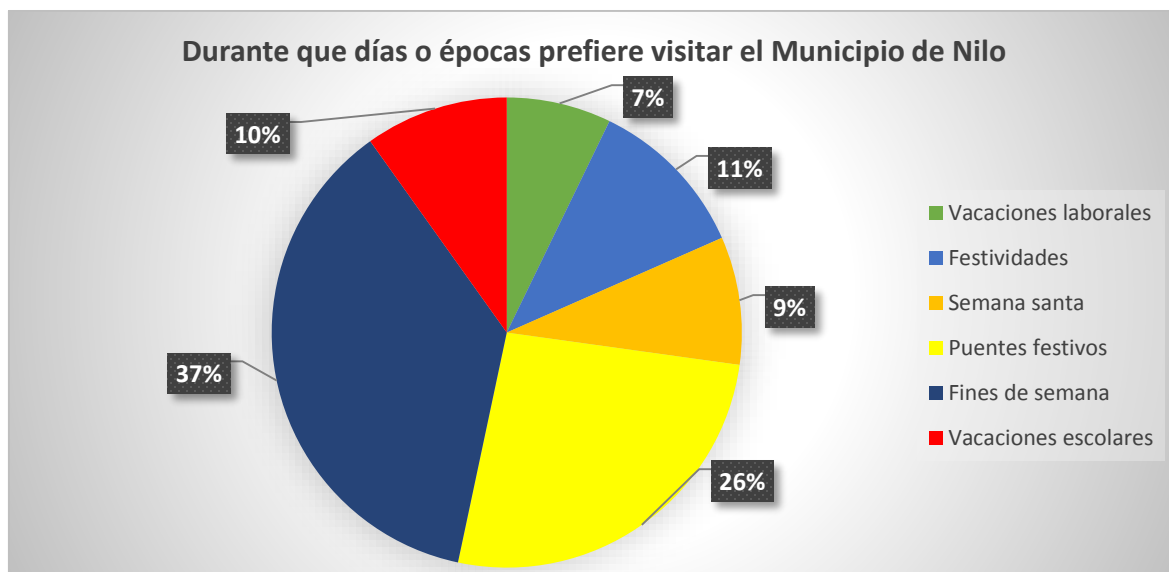


Fuente: presente estudio

Resulta sumamente importante conocer de manera aproximada y temporal cada cuanto el turista visita el Municipio de Nilo en que temporadas, por lo cual resulta útil satisfacer las necesidades de los turistas a partir de conocer las esta demanda, por lo cual se hace necesario el conocimiento de los turistas, a partir de sus peculiaridades, comportamiento y motivaciones, lo cual podría explicar los resultados obtenidos, partiendo del turista que visita por primera vez el Municipio de Nilo (Cundinamarca) se obtiene el 14% de los encuestados, seguido de cerca aparece la opción de visita cada quince (15) días hasta cada mes (30) opción que obtiene el 15% del total; sigue la opción anual con el 22%, mientras que la visita cada dos o tres meses aparece con el 23% y finalmente la opción de visita cada semestre se encuentra con el 26% de la opinión de los encuestados.

Grafica No 9. ¿Durante que días o épocas del año prefiere visitar el Municipio de Nilo?

Fuente: presente estudio



En un trabajo que posibilite el conocer las características del turista y las condiciones que se asocian al viaje, la escogencia del destino turístico, los gustos de los turistas, sus preferencias en todo concepto, y sobre todo obtener información relacionada con los periodos de visita, tratando de caracterizar las temporadas o épocas del año de mayor afluencia con lo cual se pueden trazar planes, proyectos, procedimientos y asignación de presupuesto y responsables por la satisfacción de las necesidades de los turistas.

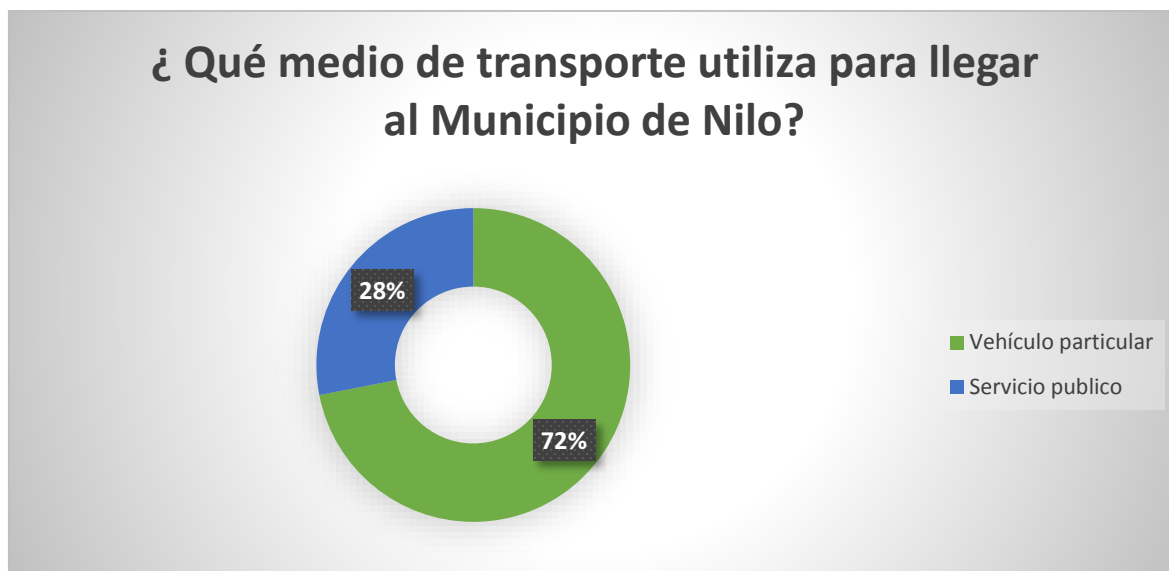
Por lo anterior, para mi Luisa María Ramos, resulta importante conocer de manera cuantitativa y cualitativa que temporadas del año son mayores las afluencias de usuarios, dado que posibilitaría el entendimiento de las tendencias y el comportamiento de los consumidores turísticos. Si tenemos en cuenta que todas las industrias, incluido el turismo son vulnerables a los cambios que se dan en la costumbre de consumo de los usuarios del ocio en temas relacionados con pérdida de confianza del público, catástrofes y otros factores, no obstante de ello, los gustos y motivaciones de los

turistas también han cambiado, sus exigencias son cada vez más altas frente a calidad, precios, seguridad, facilidad de acceso, épocas de visitas.

En concordancia con lo expresado, tenemos que:

1. Vacaciones de empleados aparece como opción con el 7% del total encuestado.
2. Temporada de semana santa con el 9%
3. Temporadas de vacaciones escolares (junio, diciembre y octubre) con el 10%
4. Festividades locales y regionales con el 11%
5. Puentes festivos con el 26%
6. Finalmente la opción de fines de semana se presenta con resultados mayoritarios con el 37% de la intención de visita al Municipio de Nilo (Cundinamarca)

Grafica No 10. ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar al Municipio de Nilo?



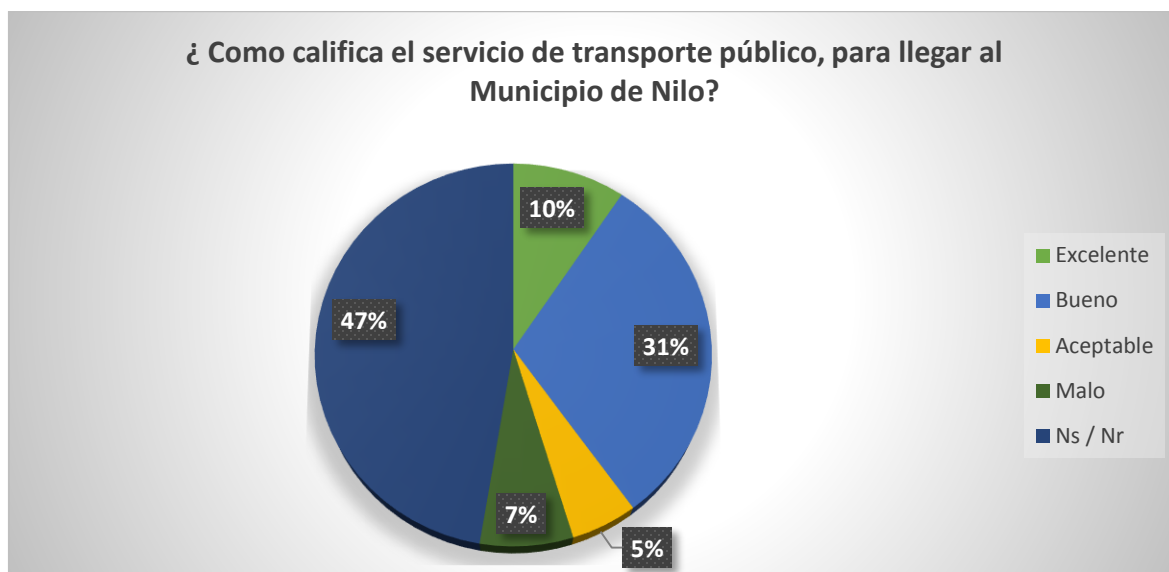
Fuente: presente estudio

La dinámica turística de un destino, se encuentra fuertemente relacionada con el factor accesibilidad entendida en la oportunidad de acceder a ella mediante vehículos de transporte público y particular que acerquen a los usuarios con el destino.

Por lo anterior podemos considerar sin lugar a dudas que el transporte es un factor determinante del producto turístico, dado que representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos dentro del destino visitado, y porque no se podría pensar, en un número reducido de casos, la propia atracción o actividad turística.

Los resultados permiten observar que el 28% de los encuestados visita el municipio de Nilo en transporte público, mientras que el restante 72% de los encuestados tiene su llegada al destino turístico en vehículo particular.

Grafica No 11. ¿Cómo califica el servicio de transporte público para llegar al Municipio de Nilo?



Fuente: presente estudio

Según Viloría (2012)<sup>18</sup>:

“El impacto que ha representado para la sociedad los medios de transporte es de tal magnitud, que para poder efectuar cualquier tipo de desplazamiento se requiere de éstos. El hombre desde su nacimiento ha contado con algún mecanismo para moverse de un lado a otro, iniciando una cadena que comienza en el vientre, en los brazos de la madre, posteriormente gateando y por último caminando. De esta manera, fue progresando en su intento por recorrer distancias en el menor tiempo posible y efectuándola a través de sus extremidades inferiores; tomando en cuenta estos factores espacio – tiempo, se hacían de difícil ejecución para determinadas épocas. Esto le permitió al hombre estudiar o analizar cómo mejorar las condiciones de espacio – tiempo, es aquí donde surge la importancia de la tecnociencia. El primer medio de transporte después del humano, es el de los animales y éste a su vez sirvió para transportar estructuras de madera o metálicas como carretas, carrozas, entre otros; de

<sup>18</sup>Tomado de: “VILORIA. N., “Desarrollo turístico y su relación con el transporte”, Universidad Experimental Nacional Libertador, Venezuela, 2012, (artículo de investigación), consultado abril 26 de 2017, recuperado de: <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf>

esta manera fue perfeccionando los diseños hasta llegar a diseñar los ferrocarriles, el carro, entre otros”.

Como puede notarse detrás de todo el progreso que se ha dado en la humanidad, y por supuesto en los sectores económicos, todo esto ha sido impulsado por el transporte, este último representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos hacia y dentro del destino visitado y en algunos casos reducidos la propia atracción o actividad turística, por lo tanto realizar una evaluación sobre el transporte público resulta interesante, y tiene como resultados:

1. Servicio de transporte publico aceptable con el 5%
2. Servicio de transporte publico asociado con mala calidad en el servicio con el 7%
3. Excelencia en el servicio público con el 10% del total de la población encuestada
4. El 31% de los encuestados piensa que el servicio de transporte público hacia el municipio de Nilo y en su interior es de buena calidad.
5. Mientras que el 47% de la población encuestada manifiesta no saber no responder (indecision)



Grafica No 12 ¿Durante su estadía en el Municipio de Nilo, se hospeda en?



Fuente: presente estudio

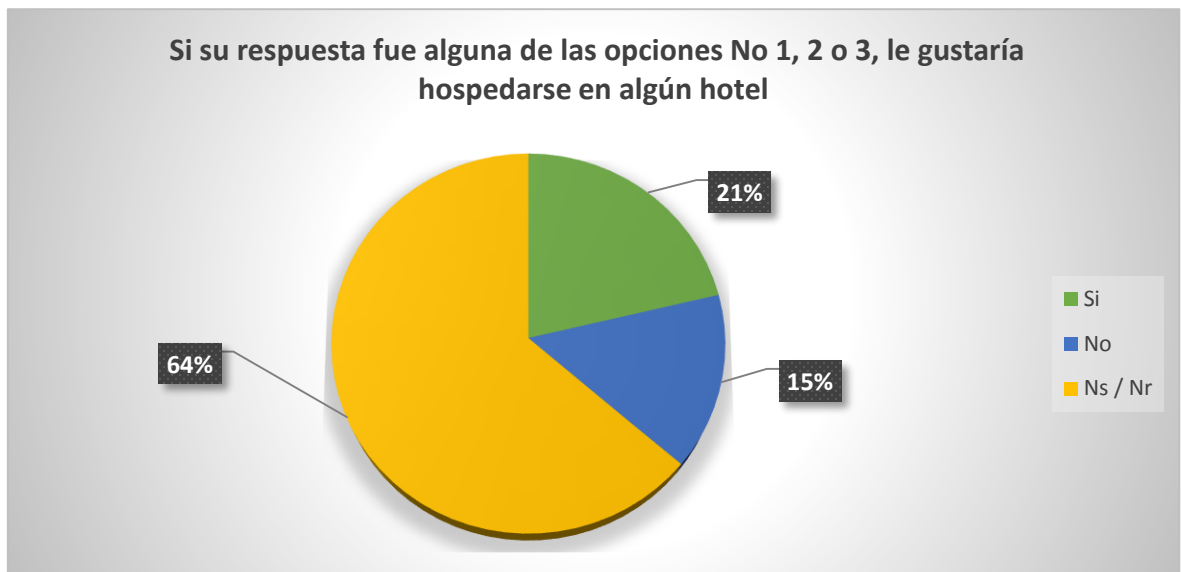
El municipio de Nilo, como la mayoría de los municipios de 4<sup>o</sup>, 5<sup>o</sup> y 6<sup>o</sup> categoría municipal se caracteriza por tener poca oferta de hospedaje, este trabajo ha permitido encontrar solo 3 hoteles y 4 establecimiento de hospedaje (hostales), sin contar los 10 condominio que podrían considerarse como 2<sup>a</sup> residencias o sitios de hospedaje bajo las nuevas modalidades.

Lo anterior permite los siguientes resultados:

1. El 8% de los encuestados se aloja en casa de amigos
2. El 9% de los encuestados se aloja en casas rentadas
3. El 10% de los encuestados se aloja en casa propia
4. El 15% de los encuestados se aloja en hoteles
5. El 19% de los encuestados se aloja en hostales
6. Y el 39% de los encuestados está indeciso de su alojamiento.

Grafica No 12.1 ¿Si su respuesta fue alguna de las opciones No 1, 2 o 3, le gustaría hospedarse en algún hotel?

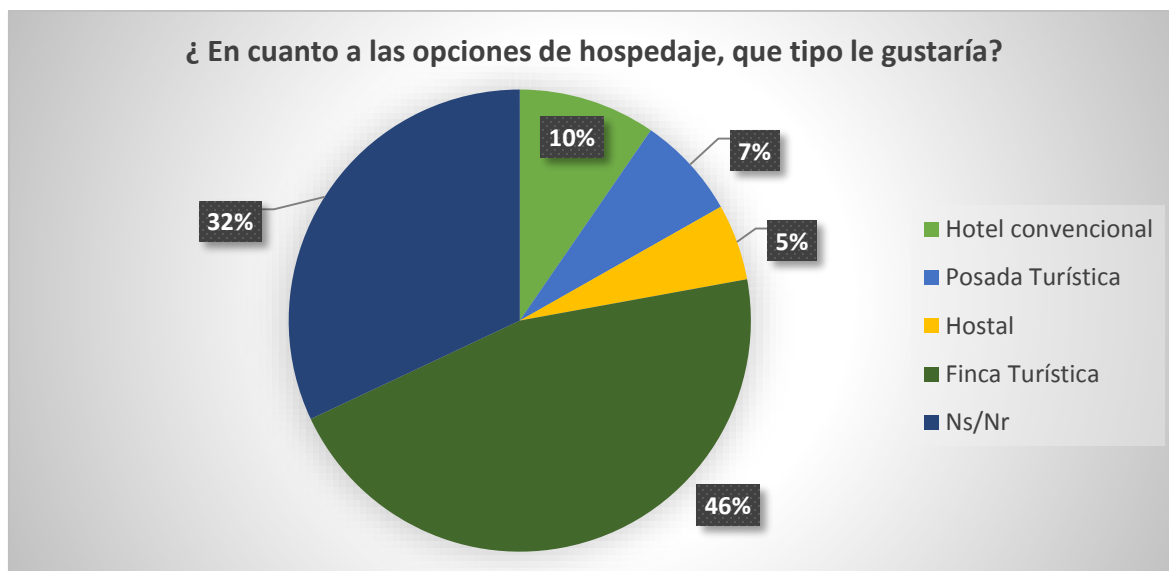
Fue  
nte:  
pres  
ente  
estu  
dio  
  
Qu  
ere  
mo  
s  
inici



ar este análisis recordando que el termino hospedaje se relaciona con el servicio que se en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas accede a un albergue a cambio de una tarifa, esto permite demostrar que en una proporción media con el 21% los turistas tendrían intenciones serias de acceder a este servicio, podría pensarse que por cuestiones de seguridad, ubicación, servicios complementarios se constituyen en una oportunidad estratégica de negocios para el sector y en un factor de calidad importante para el usuario.

Sin embargo el 15% de los visitantes considera que NO se alojaría en hoteles u hostales en el Municipio de Nilo, y un gran numero el 64% No sabe no responde.

Grafica No 12.2. ¿En cuanto a las opciones de hospedaje que tipo le gustaría?



Fuente: presente estudio

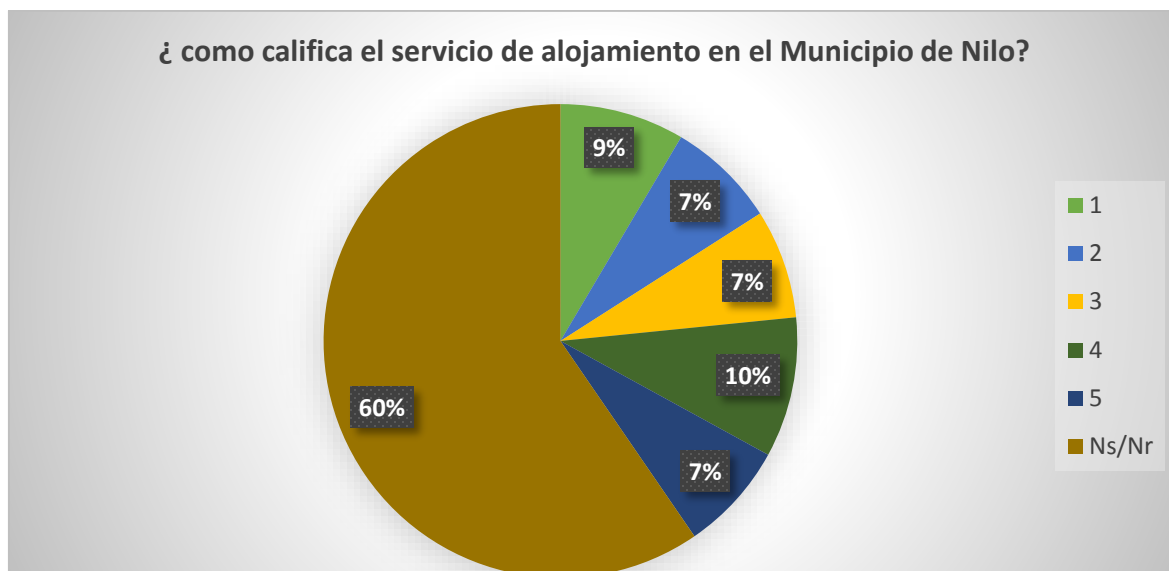
Si bien se puede decir que la oferta de hospedaje reconocida en el Registro Nacional de Turismo, solo permite evidenciar 10 establecimiento de comercio dedicados al hospedaje, no es menor relevante reconocer que muchos propietarios de residencia en condominio realizar procesos de arrendamiento de sus inmuebles a espaldas de legalizar esta actividad, por supuesto deteriorando la labor consagrada, legal y sobre todo responsable de los comerciantes que se dedican formalmente a esta actividad.

Se reconoce que dentro del perímetro urbano y en el perímetro rural del municipio de Nilo, es poca la oferta, aunque no se ahondo en este trabajo de investigación sobre las tarifas, lo cual puede ser motivo de otro trabajo que recolecte, analice y proyecte conocimiento y caracterización del sistema tarifario hotelero, pero a la luz de lo preguntado se observan los siguientes resultados:

1. Un grupo de encuestados (5%) estaría dispuesto a hospedarse en un Hostal
2. El 7% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse en una posada turística

3. El 10% de los encuestados se hospedaría en un hotel convencional.
4. Mayoritariamente el 46% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse en una finca turística
5. Y el 31% de los encuestados sigue con incertidumbre

Grafica No 12.3. ¿Cómo califica el servicio de alojamiento en el Municipio de Nilo?



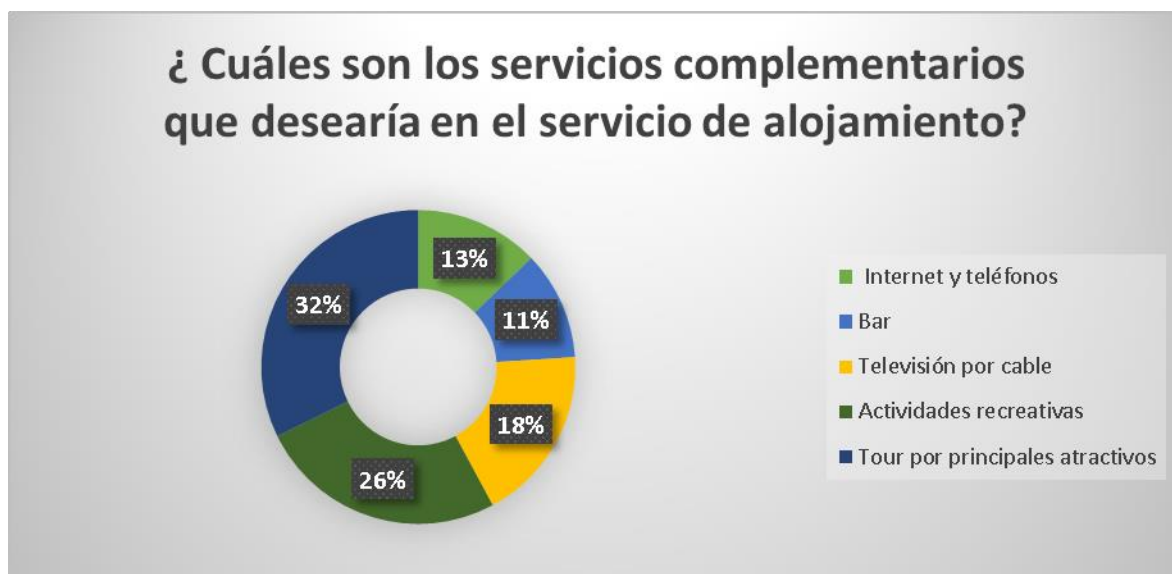
Fuente: presente estudio

En este apartado tiene su sustento en que el servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, es importante tener en cuenta que en muchos destinos turísticos la duración de la estancia depende directamente de la cantidad, calidad y cantidad de servicios turísticos ofrecidos.

Por lo tanto valorar la calidad de los servicios de alojamiento es importante, y permite obtener los siguientes resultados, teniendo en cuenta que 1 corresponde a la menor ponderación (baja calidad) y 5 máxima ponderación (excelente calidad):

1. Mala calidad el 9%
2. Regular calidad el 7%
3. Aceptable calidad el 7%
4. Buena calidad el 10%
5. Excelente calidad el 5%
6. No sabe no responde el 60%

Grafica No 12.4. ¿Cuáles son los servicios complementarios que desearía en el servicio de alojamiento?



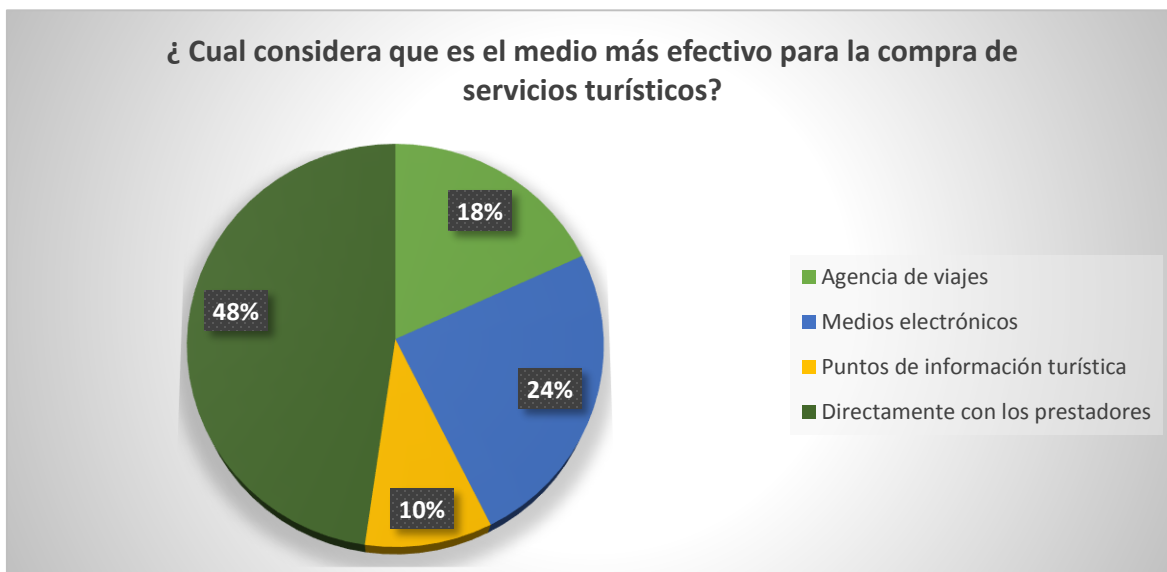
Fuente: presente estudio

La importancia de los establecimiento de comercio que se dedican a la actividad turística especialmente al tema del hospedaje, dado que no son simples sitios para dormir o pernoctar, sino que son considerados como atractivos turísticos, los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas,), comunicación, conectividad y transporte. Algunos, “...con servicios, muy sofisticados... logran parecer una minucia... una actividad de servicios con la obligación de complacer los deseos, requisitos y necesidades de susclientes”, es decir, logran agrupar y combinar todos los componentes de la actividad turística.

Luego de aclarado el tema de servicios relacionados directamente con el servicio hotelero y su caracterización de calidad, se observa que el principal servicio complementario a juicio de los señores turistas se encuentra el tour por la ciudad y sus atractivos, demuestra esto que el turista principalmente relaciona la diversión con las actividades asociadas a paseo, y esto lo cree el 32% de los encuestados. Siguen en su

orden la posibilidad de encontrar alojamientos con servicios recreación con el 26%, siguen en su orden televisión por cable, servicio de bar y conectividad y telefonía celular con el 18%, 11% y 13% de manera respectiva para estas opciones.

Grafica No 13 ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para la compra de servicios turísticos?



Fuente: presente estudio

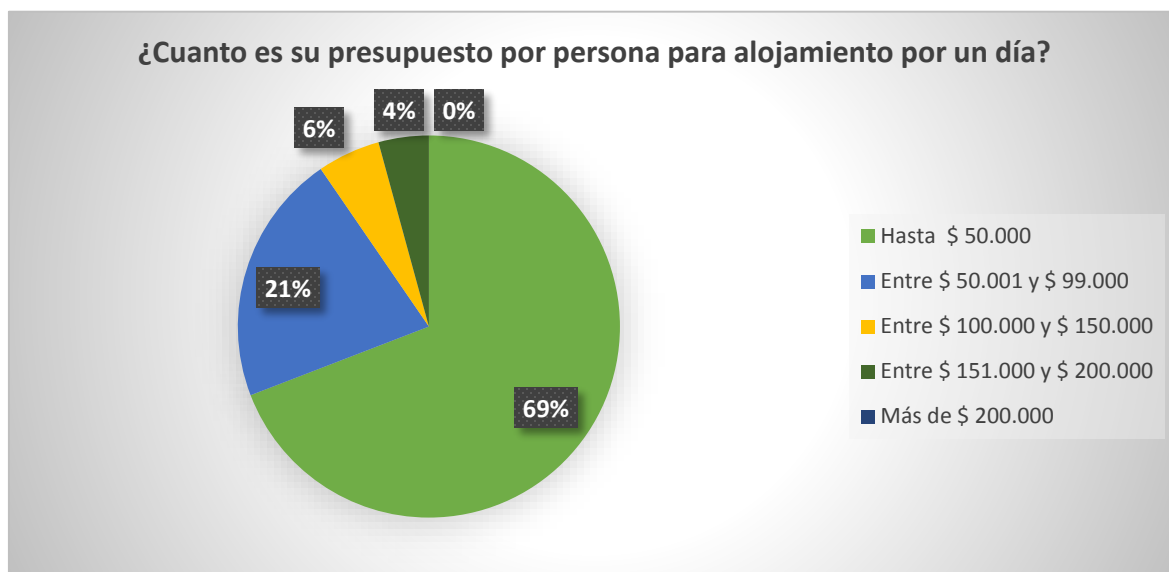
En la actualidad, los viajes y las actividades de ocio, se han convertido en uno de los componentes fundamentales del consumo en muchas regiones, el sector turístico es hoy en día, un sector de fuertes dinámicas expansivas, lo cual obliga que los establecimientos que se dedican al sector turístico desarrollen actividades de promoción que conduzcan al posicionamiento de su marca en la mente del consumidor.

Los resultados permiten evidenciar que los usuarios consultados prefieren:

1. Puntos de información turística en cualquier lugar de Colombia con el 10%
2. Agencias de viajes que promocionen en el Municipio de Nilo con el 18%
3. Promoción a través de medios electrónicos con el 24%
4. Directamente publicidad de los prestados turísticos el 48%



Grafica No 14. ¿Cuánto es el presupuesto destinado por persona de su grupo para alojamiento por día?



Fuente: presente estudio

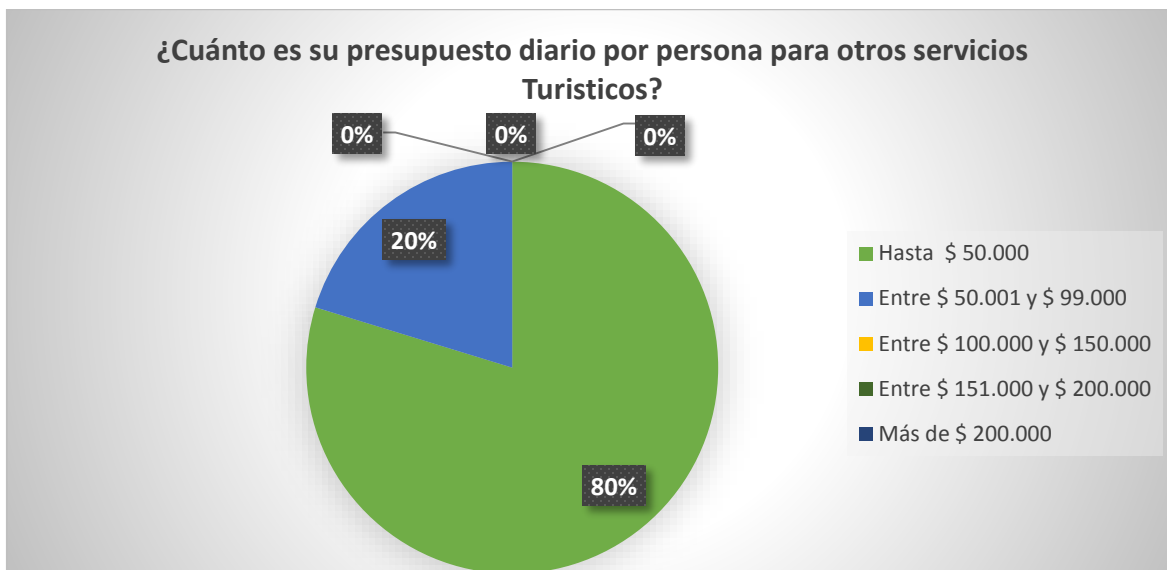
Puede pensarse en su mayoría de veces que la demanda de bienes y servicios de consumo realizado por los turistas que visitan un destino turístico (Nilo – Cundinamarca) actúa, no sólo sobre la oferta interior, lo anterior para denotar que el gasto turístico corresponde a la totalidad del dinero que desembolsa el visitante en la contratación de su viaje (para aquellos que viajan en transporte público), durante su estancia y demás, por lo cual este gasto recoge de desplazamiento, de alojamiento, de manutención, de compras, de excursiones, de transportes públicos, de alquiler de vehículos, de ocio, etc., que realiza el turista.

Entre las opciones de gasto turístico se tiene que:

1. La mayor frecuencia de repitencia del gasto se encuentra en el rango de hasta \$ 50.000 por persona del grupo con el 69%
2. La segunda frecuencia presentada corresponde al 21% que tiene como criterio económico entre \$ 51.000 y \$ 99.000
3. Se encuentra luego el rango entre \$ 100.000 y \$ 150.000 con el 6%

4. El rango entre % 151.000 y \$ 200.000 se repite el 4% del total de encuestados
5. Y finalmente el rango de más de \$ 200.000 diarios por persona de grupo de visitante no tiene ponderación.

Grafica No 15. ¿Cuánto es el presupuesto destinado por persona de su grupo para otros servicios turísticos por día?



Fuente: presente estudio

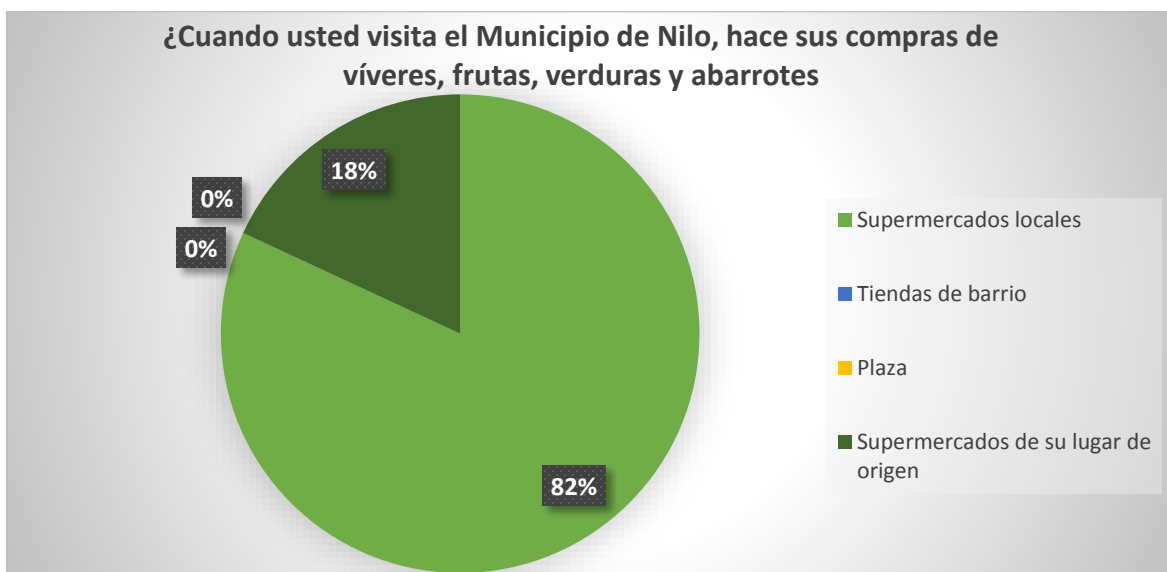
El proceso de decisión de compra, entendido como la decisión de gastar dinero para obtener una satisfacción material o inmaterial. En la compra de un producto consumible, el comprador espera una satisfacción tangible o intangible; en la compra de un servicio turístico, la satisfacción es más difícil de medir, el turista está comprando una ilusión, compra una experiencia desde que sale de su casa hasta el regreso a ella; por eso su decisión es tomada con alguna cautela y renuncia. El grado de cautela empieza a ser proporcionado por el riesgo percibido y por la importancia de la cantidad comprometida en relación con los recursos totales del comprador.

Por lo tanto se observa que el presupuesto destinado para servicios turísticos adicionales, se encuentra en el rango de:

1. El rango de mayor repitencia entre los encuestados resultan los gastos adicionales medidos hasta \$ 50.000 diarios por persona del grupo con el 80%
2. Entre \$ 50.001 y \$ 99.000 con el 20% del total de encuestados

3. Las opciones entre \$ 100.000 y hasta \$ 200.000 diarios por persona no obtuvo ninguna escogencia.

Grafica No 16. ¿Cuándo usted visita el Municipio de Nilo hace sus compras de víveres, frutas, verduras y abarrotes en?



Fuente: presente estudio

Una pregunta de esta categoría podría servir para entrar a analizar el impacto económico que tiene el turismo en el comercio y el desarrollo local, sin embargo no es el objeto social ni académico de este trabajo de investigación, por lo cual queremos hacer énfasis que el desarrollo local que se vincula con la noción de progreso a través del crecimiento económico, producto del flujo circular de la economía cuyo motor se centra en esta investigación en el turismo.

Por lo cual preguntarle a los turistas sobre sus costumbres y hábitos de compra respecto de víveres, frutas y abarrotes implica la creación de conciencia de apoyo al comercio local, si bien es cierto que Nilo no podría competir comercialmente con su estructura económica ni el tamaño de sus establecimientos de comercio del sector mencionado, realizar las compras en estos, implica la oportunidad de dinamizar la economía local.

Lo anterior permite tener la certeza que:

1. La mayoría de los turistas que visitan el Municipio de Nilo realizan sus compras en los establecimientos de comercio locales, esto opina el 82% de los encuestados
2. En tanto que el 18% restante realiza sus compras de estos productos en los establecimientos de comercio de sus ciudades o regiones de origen

## **9.1. PROPUESTA PLAN DE DESARROLLO TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE NILO (CUNDINAMARCA)**

### **9.1.1. Turismo en el Municipio de Nilo**

Se debe tener en cuenta que al igual que los demás municipios de la Provincia del Alto Magdalena, Nilo explota el turismo a través de la oferta turística que se operacionaliza a través de establecimientos tales como piscinas tanto artificial como naturales en sus alrededores, discotecas, heladerías, hoteles, restaurantes, actividades recreativas y eventos populares (reinados, concursos, gastronomía).

La característica fundamental de este turismo es que se consolida en la oferta la mayoría de las veces fines de semana o de visitas cortas que no alcanzan un día por parte del turista; no cuenta con la suficiente infraestructura ni estándares de calidad para decir que se considera como un sector competitivo. En el sector turismo, las diferentes entidades públicas como la alcaldía no adelanta programas de oferta turística que vayan de acuerdo a las necesidades y la cultura, con el fin de potencializar el turismo como un sector competitivo para generar un alto impacto en la economía.

#### **9.1.1.1. Entidad responsable del turismo**

Dado el tamaño del Municipio de Nilo, este cuenta con una oficina que se encarga de “gerenciar” el sector turismo, la cual tiene como objetivo promoción y difusión del patrimonio turístico, cultural e histórico del municipio<sup>19</sup>, fortaleciendo el sector cultural mediante la apertura de espacios a la cultural étnica y el desarrollo de la política, planes, programas y proyectos para el sector deportivo y recreativo

---

<sup>19</sup>En este sentido quiero destacar que el Municipio posee vestigios de culturas indígenas que se constituyen en sitios de interés público y turístico.

### 9.1.2. Infraestructura turística del Municipio de Nilo

#### Condominios Existentes en el Municipio de Nilo

<b>CONDOMINIOS</b>	<b>Ubicación</b>
POTRERITOS DE NILO	R
SAN RAFAEL	U
LA COLINA	SU
YARAGUA	SU
AGUA CLARA	SU
REMANSOS DEL SUMAPAZ	SU
PACOLI	SU
RIVER SIDE	SU
CABAÑAS SAN JORGE	R
MESETA DE SANTO DOMINGO	SU

#### Hoteles Existentes en el Municipio de Nilo

<b>HOTELES</b>	<b>Ubicación</b>
SAN GERONIMO	R
LA LOLITA	U
EL TREBOL	U
SAN RIN	U

#### Hospedajes existentes en el Municipio de Nilo

<b>HOSPEDAJES</b>	<b>Ubicación</b>
TE VEO Y NO LO CREO	U
LA TERTULIA	U
ALTOS DE NILO	U
LA PAZ	U
CABAÑAS	U



Parques Biosaludables existentes en el Municipio de Nilo

<b>PARQUES BIOSALUDABLES</b>	<b>Ubicación</b>
BARRIO TAMARINDO	U
BARRIO PROGRESO	U

Centros Vacacionales existentes en el Municipio de Nilo

<b>CENTRO RECREACIONALES</b>	<b>Ubicación</b>
LAGOSOL	R
PISCILAGO	R

Balnearios existentes en el Municipio de Nilo

<b>BALNEARIOS</b>	<b>Ubicación</b>
EL MANANTIAL	R
MANGOSTINOS	R
CHARCO DE LA MULA	R
MANA DULCE	R

Museos existentes en el Municipio de Nilo

<b>Museo</b>	<b>Ubicación</b>
MUSEO ORESTE SINDICI	U
LUDOTECA MUNICIPAL	U
CASA DE LA CULTURA	U

Fuertes Militares existentes en el Municipio de Nilo

<b>FUERTES MILITARES</b>	<b>Ubicación</b>
ESPRO	R
CENAE	R

Dentro de la revisión realizada a la infraestructura turística del Municipio de Nilo, podemos evidenciar la falta de planificación, organización y promoción dentro del casco urbano, a lo que se refiere a operadores turísticos. No es claro cuántos operadores turísticos hay en el momento, no hay inventario turístico realizado por la Administración Municipal en ninguna vigencia, la información que se encuentra disponible es un poco confusa respecto a este tema.

A excepción de Piscilagos y Lagosol la oferta y promoción turística del Municipio es casi nula o inexistente

### 9.1.3. Matriz DOFA sector Turístico del Municipio de Nilo

<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
Infraestructura turística sin altos niveles de calidad	Diversidad climática, dada su geografía posee pisos térmicos variados
Personal de los establecimientos de comercio dedicados al turismo sin capacitación	Posee dos fuertes militares que salvaguardan la geografía y permiten mayor paso de turistas
No es evidenciable el uso intensivo de innovación y tecnología al servicio de los turistas	EL municipio desarrolla actividades de orden cultural y deportivo poco promocionados
Inexistente asociatividad de los comerciantes	Existencia del Centro Tecnología, Productividad y Diseño SENA Girardot
Desconocimiento de las personas en general sobre la oferta turística del Municipio de Nilo	
No existe categorización de los hoteles del Municipio	

<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
Atractivos turísticos de orden natural y artificial, histórico y cultural	Cercanía con municipio como Girardot, Agua de Dios y Tocaima con potencial turístico
Territorio amplio	Vías secundarias en mal estado
Posibilidad de realización de diversas actividades turísticas	Poca promoción turística
Vías primarias en buen estado	

Partiendo de la información analizada luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos, el Municipio de Nilo, debería desarrollar un turismo competitivo no solo a nivel nacional sino internacional. Para ello, se busca valorar la necesidad de adelantar una propuesta que posibilite la consolidación de un Plan de Desarrollo Turístico que conjuntamente con las autoridades municipales, los comerciantes la comunidad en general posicione al turismo en el Municipio de Nilo como un sector competitivo y con calidad en comparación a la demás oferta turística que existe en el Departamento de Cundinamarca.

Creemos que un Plan de Desarrollo Turístico, se constituye en una herramienta que posibilita la creación de estrategias que posicionen el sector en el imaginario turístico de los visitantes, lo cual a su vez permite.

- ✓ Generación de empleo, teniendo en cuenta que el Plan de Desarrollo “Compromiso con Responsabilidad 2016 – 2019, establece como eslabón competitivo el Ecoturismo y del arte rupestre, para mayor aprovechamiento de las opciones que en éstos dos aspectos nos ofrece el territorio.
- ✓ Establecer y realizar convenios de cooperación con entidades especializadas en el tema del turismo Universidad de Cundinamarca y Universidad Piloto, y con el SENA que permitan capacitar la ciudadanía en particular los jóvenes y comerciantes, en áreas relacionadas con hotelería y turismo, lo que nos permitirá contar con mejores elementos y atención a las personas que visitan el municipio.

- ✓ Desarrollar
- ✓ Estudios, diseños y compra de terreno para la construcción del parque recreacional, turístico,
- ✓ Diseñar estrategias que permitan
- ✓ Incrementar el Número de Turistas que visitan el municipio, realizando fuertes estrategias de publicidad en televisión y en los diferentes medios de comunicación existentes en Bogotá y la región
- ✓ Fortalecer e impulsar festividades como ferias, fiestas, reinados.

## 10. CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación tuvo de presente, lo conceptuado por la Organización Mundial del Turismo, cuando establece que el turismo debe enmarcarse en tres grandes principios: i) la competitividad, ii) la sostenibilidad y iii) la ética con la dimensión social del turismo, los cuales se consideran pilares fundamentales de cualquier Plan de Desarrollo Turístico.

No obstante resulta importante vincular la competitividad, entendida como: “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determina el nivel de productividad de un país, y que a su vez determina el nivel de prosperidad sostenible que puede alcanzar una economía”<sup>20</sup>.

En este trabajo debemos destacar, que el Municipio de Nilo, carece de un instrumento metodológico que reconozca el potencial turístico que posee la entidad territorial, bajo el enfoque de la planeación lo cual debe permitir promover el desarrollo y la competitividad comercial, empresarial y territorial del municipio, todo esto mediante la identificación de oportunidades (atractivos turísticos, oferta turística, programación institucional de actividades de diverso índole).

1. Claridad en cuanto a políticas públicas locales que fortalezcan el turismo
2. Inexistencia de estadísticas de turismo
3. Deficiencia en oferta turística
4. Existe poco conocimiento de la importancia del turismo para el Municipio de Nilo
5. No existen señalización turística
6. No existe asociación de establecimientos de comercio dedicados al turismo

---

<sup>20</sup>Tomado de: BONILLA. M., MARTINEZ. M., “Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: caso Foro Económico Mundial y realidad empresarial Colombiana”, Universidad del Rosario, Facultad de Administración, 2009, consultado abril 25 de 2017 (documento en línea), recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1448/1020715287.pdf>

7. No se evidencian convenios de cooperación SENA – Instituciones de Educación Superior para la formación de los comerciantes y sus empleados
8. No se evidencia política de mercadeo del Municipio de Nilo

## 11. RECOMENDACIONES

Queremos cerrar este espacio de reflexión que es importante que el Municipio de Nilo desarrolle un turismo competitivo no solo a nivel nacional sino internacional, a través del diseño de un plan de desarrollo turístico que permita posicionar el en el municipio como un sector competitivo y de calidad que pueda competir con la oferta turística de otros municipios de la provincia y del Departamento.

Desde luego que se pretende que el estudio del Turismo para el Municipio de Nilo posibilite el mejoramiento y posicionamiento del municipio, como también el aprovechar las ventajas y oportunidades que en este se presentan, se propone una serie de estrategias factibles que se deben implementar en el menor tiempo posible, estrategias que van alineadas con las metas en materia de turismo que plantea la demanda, y no en la obsolescencia y minimalismo que plantea la Administración Municipal en su Plan de Desarrollo 2016 – 2019.

Es fundamental la vinculación de la sociedad en las estrategias, que el turismo y la cultura del municipio haga parte de la identidad de los habitantes y que el turismo sea sostenible para que se convierta en el motor de la actividad económica para la comunidad del Municipio de Nilo, para lo cual recomendamos.

- ✓ Realizar campañas de sentido de pertenecía,
- ✓ Apertura permanente de la Casa de la Cultura
- ✓ Atención y asesoría integral de la oficina de Turismo del Municipio a propios y turistas
- ✓ Creación de una página web destinada a la promoción turística del Municipio de Nilo
- ✓ Mejorar la infraestructura turística,
- ✓ Brindar información turística a los visitantes,
- ✓ Optimizar la organización turística actual

- ✓ Promover el municipio a nivel nacional.
- ✓ implementar el cumplimiento de la Norma Técnica Sectorial 002 de 2014
- ✓ Desarrollar políticas de control sobre establecimientos comerciales sobre el cumplimiento de la Ley de piscinas de 2008.



## BIBLIOGRAFIA

BERNAL, C; “Metodología de la Investigación en Administración, economía, humanidades y ciencias sociales”, Editorial Pearson, 3e, 2010, Colombia, 322 p.

HERNANDEZ, R, FERNANDEZ, C, BAPTISTA P; “Metodología de la Investigación”; Editorial McGraw Hill, 5e, 2010, Bogotá, 656 p.

GRAY Clifford, LARSON Erik, “Administración de proyectos” Editorial Mc Graw Hill, 4e, 2009, México, 574 p.

NTC 4490, “Referencias documentales para fuentes de información electrónica”, ICONTEC, Bogotá, 1998, 27p.

FONDO PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA – UNIÓN TEMPORAL CUNDISAN, “Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca”, Bogotá Julio 2012, disponible en: [www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678](http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678); consultado Febrero de 2017

AMAYA M. Carlos M; La competitividad turística, Escuela de Turismo Universidad de Colima, México, 2008, disponible en: <http://www.dialnet.unirioja.es/descarga.pdf>, consultado en noviembre 2016.

GÁNDARA José Manoel, La imagen de los destinos turísticos urbanos; Núcleo de estudios turísticos de la UFPR, Universidade Federal do Paraná; disponible en: <http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/planurb07.pdf>; consultado en noviembre 2016.

MORENO Gil Sergio, Beerli Palacio Asunción, otros, Entender la imagen de un destino turístico: Factores que la integran y la influencia de las motivaciones; Universidad Libre de Colombia, Bogotá, 2012, disponible en:

<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/16/art5.pdf>, consultado en Febrero 2017.

MENDOZA Ontiveros Martha M, Monterrubio C, Juan C; “Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Pensado (CIP) Bahías Huatulco, México”, Universidad Autónoma del Estado de México, México, 2011, disponible en: <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n15/art03.pdf>; consultado en Octubre 2016.

PASCARELLA Roberto, “Competitividad de los destinos turísticos”; Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas, Fundacao Getulio Vargas; Rio de Janeiro, 2008, disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n1/v19n1a01.pdf>; consultado en octubre 2016.

## **ANEXOS**

Anexo No 1. Carta de presentación del Trabajo Final de la Propuesta para el Diseño del plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Nilo (2017)

Girardot, Mayo 30 de 2017

Señores  
COMITÉ DE OPCIONES DE GRADO  
Programa Tecnología Gestión Turística y Hotelera  
Universidad de Cundinamarca  
Seccional Girardot

REF: AVAL Y PRESENTACION DEL TRABAJO FINAL PROYECTO GRADO

Respetados señores,

Cordial saludo.

MARIA ELSY BRIÑEZ DIAZ, en calidad de Docente Hora Catedra del Programa Tecnología Gestión Turística y Hotelera y en condición de DIRECTORA del trabajo de grado denominado: “PROPUESTA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE NILO – CUNDINAMARCA 2017” cuya autora es la estudiante LUISA MARIA RAMOS, me permito avalar y autorizar la presentación de la entrega Final de acuerdo a lo establecido en el cronograma de presentación de avances.

Cordialmente;

María Elsy Briñez Díaz  
Docente HC  
Programa Tecnología Gestión Turística y Hotelera

## Anexo No 2. Formato de Encuesta de Caracterización de la demanda turística



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
Programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera  
Encuesta para caracterizar el perfil del turista que visita el Municipio de Nilo  
Cundinamarca

Marca con una X la opción que creas más conveniente

1. Cuál es su lugar de residencia:

Departamento	Municipio

2. Su rango de edad se encuentra entre:

18 – 25 años	
26 – 33 años	
34 – 41 años	
41 – 50 años	
51 – 60 años	
Más de 60 años	

3. Su estado civil es:

Soltero	
Casado	
Separado	
viudo	

4. Con quien visita generalmente

Solo	
Familia	
Pareja	
Amigos	

5. Genero

Hombre	
mujer	

6. ¿Porque visita el municipio de Nilo?

Oferta gastronómica	
Oferta cultural	
Oferta deportiva	
Oferta turística	
otro	
cual	

6.1. Si la respuesta fue la opción No 1 ¿Que platos típicos de Nilo conoce?

Víudo de aspas	
Lechona	
Tamal	
Ninguno	

6.2. Si la respuesta fue la opción No 2, cultural ¿qué eventos de orden cultural conoce?

Festival del retorno	
Ferias y fiestas	
Semana Cultural	
Otro	
cual	

6.3. Si la respuesta fue la opción No 3, Deportiva, que eventos deportivos conoce.

Camera Atlético	
Campeonatos de futbol	
Otra	
cual	

6.4. Si la respuesta fue la opción No 4 Turística, que aspectos turísticos de Nilo o la región conoce

Cual	
------	--

6.5. Como se enteró de la oferta turística del Municipio de Nilo

Referencia de amigos o familiares	
Prensa, radio, televisión	
Internet	
Agencias de viajes	
Plegables, afiches o PIT*	

\* Puntos de Información Turística

6.6. ¿Sus preferencias en actividades complementarias en Turismo en el Municipio de Nilo son?

Turismo de aventura	
Escalada o Rappel	
Actividades acuáticas	
Ciclismo	
Cabalgatas	
Senderismo y caminatas ecológicas	
Observación de flora y fauna	
Avistamiento de aves	
Visita a lugares históricos	
Artesanías	
Eventos de música	
Eventos religiosos	

7. Durante su visita al Municipio de Nilo ¿cuánto dura su estadía

Un día	
Entre dos y tres	
Entre cuatro y cinco	
Entre seis y nueve	
Más de diez días	

8. Durante que días o épocas prefiere visitar el Municipio de Girardot

Vacaciones laborales	
Festividades	
Semana santa	
Puentes festivos	
Fines de semana	



Vacaciones escolares	
----------------------	--

9. Cada cuanto visita el Municipio de Nilo

Primera vez	
Quincenal o Mensual	
Cada dos o tres meses	
Semestral	
Anual	

10. A su criterio que imagen turística identifica al Municipio de Nilo

Sol y piscina	
Turismo de aventura	
Ecoturística	
Cultural e histórica	
Eventos y festividades	

11. Qué medio de transporte utiliza para llegar al Municipio de Nilo

Vehículo particular	
Servicio público	

11.1. Como califica el servicio de transporte público, para llegar al Municipio de Nilo

Excelente	
Bueno	
Aceptable	
Malo	
Ns / Nr	

12. Durante su estadía en el Municipio de Nilo se hospeda en

Casa propia	
Casa rentada	
Casa de amigos	
Hospedaje	
Hotel	

12.1. Si su respuesta fue alguna de las opciones No 1, 2 o 3, le gustaría hospedarse en algún hotel

Si	
No	
Ns / Nr	

12.1.1. En cuanto a las opciones de hospedaje, que tipo le gustaría

Hotel convencional	
Posada Turística	
Hostal	
Finca Turística	

12.2. Si su respuesta fue la opción No 4 o 5, como califica el servicio de alojamiento en el Municipio de Nilo

1	
2	
3	
4	
5	

(Siendo 1 malo y 5 excelente)

12.3. Cuáles son los servicios complementarios que desearía en el servicio de alojamiento

Internet y teléfonos	
Bar	
Televisión por cable	
Actividades recreativas	
Tour por principales atractivos	

13. Cual considera que es el medio más efectivo para la compra de servicios turísticos

Agencia de viajes	
Medios electrónicos	
Puntos de información turística	
Directamente con los prestadores	

14. Cuanto es su presupuesto por persona para alojamiento por un día

Hasta \$ 50.000	
Entre \$ 50.001 y \$ 99.000	
Entre \$ 100.000 y \$ 150.000	
Entre \$ 151.000 y \$ 200.000	
Más de \$ 200.000	

15. Cuanto es su presupuesto diario por persona para otros servicios turísticos

Hasta \$ 50.000	
Entre \$ 50.001 y \$ 99.000	
Entre \$ 100.000 y \$ 150.000	
Entre \$ 151.000 y \$ 200.000	
Más de \$ 200.000	

16. Cuando usted visita el Municipio de Nilo, hace sus compras de víveres, frutas, verduras y abarrotes en:

Supermercados locales	
Tiendas de barrio	
Plaza	
Supermercados de su lugar de origen	