16.

FECHA	miércoles, 30 de enero de 2019

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ubaté

UNIDAD REGIONAL	Seccional Ubatè
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	**Contaduría Pública**

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Bernal Farfán	Victoria	1076664818

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Gómez Murcia	Jenny Jazmín

TÍTULO DEL DOCUMENTO
ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Contador Público

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÀGINAS
2018	81

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Turismo	Tourism
2. Villapinzón	Villapinzón
3. Guacheneque	Guacheneque
4. Ecoturismo	Ecotourism
5. Atractivo	Atttraction
6. Estrategia	Strategy

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen

La investigación enfocada desde un tipo de turismo ecológico trabaja en pro de hallar respuesta a la propuesta turística adecuada, para generar desarrollo económico en el municipio de Villapinzón teniendo en cuenta que este municipio cuenta con recursos naturales e hídricos, propios y propicios para este tipo de turismo como lo es el páramo de Guacheneque.
Con el desarrollo de tres capítulos en que se caracterizó desde el punto de vista turístico el municipio de Villapinzón pretendiendo identificar los sitios más relevantes y las festividades del municipio desde los resultados de encuestas para demanda y oferta del macroproyecto de turismo para la Provincia de Almeidas desarrollado por la Universidad de Cundinamarca; las que expusieron el patrimonio de del municipio como los recursos naturales e hídricos y las actividades que allí se realizan.
Como resultado de lo anterior se sugirió una estrategia turística para beneficiar al municipio de Villapinzón, enfocada en el ecoturismo de naturaleza y atractivos turísticos, teniendo en cuenta las reservas naturales, entre las cuales se halla como punto de referencia Páramo de Guacheneque y el nacimiento del río Bogotá, ya que este tipo de turismo potencia las riquezas naturales y es amigable con el medio ambiente.

Summary

Research focused on a type of ecological tourism works to find an answer to the appropriate tourism proposal, to generate economic development in the municipality of Villapinzón taking into account that this municipality has natural and water resources, own and suitable for this type of tourism. tourism as it is the paramo de Guacheneque.
With the development of three chapters in which Villapinzón's municipality was characterized from the tourist point of view trying to identify the most relevant sites and the festivities of the municipality from the results of surveys for demand and offer of the macroproject of tourism for Almeidas's Province developed by Cundinamarca's University; those who exposed the heritage of the municipality as the natural and water resources and the activities that are realized there.
Como resultado de lo anterior se sugirió una estrategia turística para beneficiar al municipio de Villapinzón, enfocada en el ecoturismo de naturaleza y atractivos turísticos, teniendo en cuenta las reservas naturales, entre las cuales se halla como punto de referencia Páramo de Guacheneque y el nacimiento del río Bogotá, ya que este tipo de turismo potencia las riquezas naturales y es amigable con el medio ambiente.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÒN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación,

teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

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

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

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

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general,

contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

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

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

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

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.
SI ___ **NO** _x__.
En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÒN

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 digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

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

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

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

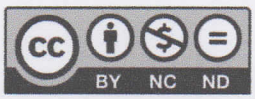
f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

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

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

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

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



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

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

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS. Victoria Bernal Farfán.pdf	Texto

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Victoria Bernal Farfán	

21.1.47.

ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS

VICTORIA BERNAL FARFÁN

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

UBATE

2018

ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS

VICTORIA BERNAL FARFÁN

Monografía

Director

Mg. Jenny Jazmín Gómez Murcia

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

UBATE

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN **1**

1. TÍTULO **1**

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN **2**

2.1. ÁREA 2

2.2. LÍNEA 2

2.3. TEMA DE INVESTIGACIÓN 2

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA **3**

3.1. DESCRIPCIÓN 3

3.2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA 4

3.3. ANTECEDENTES 5

3.3.1. PLAN DE DESARROLLO DE CUNDINAMARCA 9

3.3.2. PLAN DE COMPETITIVIDAD ALMEIDAS 11

3.3.3. PLANES DE DESARROLLO MUNICIPAL 12

3.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 13

4. OBJETIVOS **14**

4.1. GENERAL 14

4.2. ESPECÍFICOS 14

5. JUSTIFICACION **15**

6. MARCO DE REFERENCIA **17**

6.1. MARCO TEÓRICO 17

6.2. MARCO GEOGRÁFICO 23

6.3. MARCO HISTORICO 25

6.4. MARCO CONCEPTUAL 27

6.5. MARCO LEGAL 29

6.5.1. Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) *29*

6.5.2. Resolución 0119 de febrero 12 de 2002. ..... *30*

6.5.3. Resolución 4577 del 23 de septiembre de 2009 ..... *30*

6.5.4. Resolución 3772 de diciembre de 2009 ..... *31*

6.5.5. Circular 001 del 25 de febrero de 2009 ..... *31*

7. DISEÑO METODOLÓGICO 33

7.1. POBLACIÓN Y MUESTRA 33

7.1.1. Población: Almeidas 33

7.1.2. Muestra: Municipio De Villapinzón 34

7.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN 34

7.2.1. Encuesta de la Oferta Turística 34

7.2.2. Encuesta de la Demanda Turística 35

7.2.3. Entrevista (características del municipio de Villapinzón) 35

8. ESQUEMA TEMÁTICO: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN 36

8.1. CAPÍTULO 1: CARACTERIZACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN 36

8.2. CAPÍTULO 2: ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DEL MACROPROYECTO DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. 45

8.2.1. Análisis de Demanda 45

8.2.2. Análisis de Oferta 48

8.2.3. Análisis de resultados de la entrevista a la administración municipal: 50

8.3. CAPÍTULO 3: SUGERENCIA DE UNA ESTRATEGIA TURÍSTICA DESDE LA DEMANDA Y OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS 51

9. RECURSOS 62

9.1. RECURSOS HUMANOS 62

9.2. RECURSOS TECNICOS 62

9.3. RECURSOS MATERIALES 62

9.4. RECURSOS FINANCIEROS 63

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 65

11. IMPACTO SOCIAL 66

12. CONCLUSIONES 67

13. RECOMENDACIONES 69

14. BIBLIOGRAFÍA 70

15. ANEXOS 74

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Vocaciones productivas de la provincia de Almeidas 11
Figura 2.Ubicación de Villapinzón en el país 24
Figura 3. División política, ubicación de Villapinzón en la provincia.....25
Figura 4. Iglesia San Juan Bautista Villapinzón 36
Figura 5. Estación del Ferrocarril Municipio de Villapinzón.....37
Figura 6. Laguna del mapa de Colombia, Páramo de Guacheneque Villapinzón..39
Figura 9. Lugar de residencia del visitante a Villapinzón 45
Figura 10. Genero de los visitantes de Villapinzón 46
Figura 11. Oferta Gastronómica y Hotelera 49
Figura 12. Itinerario turístico sugerido para Villapinzón 55
Figura 13. Información Turística de Villapinzón 57
Figura 14. Falencias de la Información Turística de Villapinzón 58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de visita al municipio de Villapinzón al año 47
Tabla 2. Tiempo estimado para el proyecto.....63
Tabla 3. Recursos materiales 63
Tabla 4. Recursos Financieros para transporte 64
Tabla 5. Cronograma de Actividades.....65

INTRODUCCIÓN

El turismo en Colombia como en el mundo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes, siendo motivador de desarrollo tanto de áreas urbanas como rurales en cada región; así, el turismo se contempla para las comunidades que buscan generar mayores oportunidades de reconocimiento y en vista de que las personas buscan hacer actividades diferentes a las que realizan cotidianamente ya sea por diversión u otros motivos.

Enfocada la investigación desde un tipo de turismo ecológico se trabaja en pro de hallar respuesta a la propuesta turística adecuada, para generar desarrollo económico en el municipio de Villapinzón teniendo en cuenta que este municipio cuenta con recursos naturales e hídricos, propios y propicios para este tipo de turismo como lo es el páramo de Guacheneque.

Con el desarrollo de tres capítulos en que se caracterizó desde el punto de vista turístico el municipio de Villapinzón pretendiendo identificar los sitios más relevantes y las festividades del municipio desde los resultados de encuestas para demanda y oferta del macroproyecto de turismo para la Provincia de Almeidas desarrollado por la Universidad de Cundinamarca; las que expusieron el patrimonio de del municipio como los recursos naturales e hídricos y las actividades que se realizan allí.

Como resultado de lo anterior se sugirió una estrategia turística para beneficiar al municipio de Villapinzón, enfocada en el ecoturismo de naturaleza y atractivos turísticos, teniendo en cuenta las reservas naturales, entre las cuales se halla como punto de referencia Páramo de Guacheneque y el nacimiento del río Bogotá, ya que este tipo de turismo potencia las riquezas naturales y es amigable con el medio ambiente.

1. TÍTULO

ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. ÁREA

El área del proyecto es la Económica y Competitividad de las empresas, ya que se pretende que el municipio de Villapinzón tenga crecimiento en factor económico y social.

2.2. LÍNEA

La línea del proyecto es Crecimiento y Desarrollo Económico y Regional por ser un proceso de mejora y beneficio al bienestar de la población Villapizonense.

2.3. TEMA DE INVESTIGACIÓN

El proyecto busca estructurar una estrategia turística que beneficie al municipio de Villapinzón, ya que por naturaleza tiene diferentes sitios que son llamativos y cuenta con recursos naturales propios, como lo es su principal atractivo el páramo de Guacheneque.

Desde la identificación de los atractivos turísticos y ecológicos, se propone una estrategia ecoturística que integre los atractivos patrimoniales como la iglesia San Juan Bautista, la estación del ferrocarril, la plaza de mercado y el Páramo de Guacheneque que es altamente representativo por su riqueza natural. Con lo anterior se pretendió un enfoque para beneficio y fortaleza del municipio desde los resultados hallados en el estudio de la oferta y demanda turística, del mismo.

Al dar un manejo turístico adecuado a estos recursos se procura conseguir crecimiento, desarrollo económico y social; con el fin de que represente una renta para el municipio y se fomente la actividad turística en la región.

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.1. DESCRIPCIÓN

"Visitar Colombia era hasta hace unos años una aventura y un riesgo para muchos turistas extranjeros que no tenían referencias distintas a la violencia y el conflicto armado"[1], el país inicio a desarrollar estrategias turísticas a raíz del proceso de paz, apoyado en organismos como PROCOLOMBIA y el Ministerio de Turismo, buscando así generar oportunidades de fomento del turismo en las regiones y acercamiento de los viajeros tanto nacionales como extranjeros a partir de la marca país. Esto es un factor positivo teniendo en cuenta que Villapinzón es cercano a la capital de la república y que se caracteriza por ser un espacio con alta biodiversidad y riqueza patrimonial.

Observando la contribución del turismo para el desarrollo en las regiones, es relevante que se propongan estrategias para fortalecerlo y que, de acuerdo a la caracterización de los atractivos y la importancia de los mismos en suma con la riqueza natural, se busque fomentarlos; en tanto la explotación de potencial turístico de las regiones es un elemento fundamental cultural, como económicamente, pese a ello este no se promueve por factores de formalización como es el caso del municipio de Villapinzón, en parte por la falta de interés de los entes gubernamentales y la carencia de Casa de la Cultura y/o Secretaria de Turismo, que hace que se desaprovechen los inventarios del municipio.

Adicionalmente el municipio de Villapinzón presenta muchos vacíos e inconformidades que se presentan a la hora de su acogida; esto atendiendo a la falta de capacitación por parte de la oferta turística, apoyo limitado de los entes

[1] REVISTA SEMANA. ¿Colombia podrá ser una potencia turística? En: Publicaciones Semana. Noviembre, 2017.vol 11. p.xx.

gubernamentales al sector, lo que se ve reflejado en la baja demanda turística del municipio o la decisión de no pernoctar en el mismo, sino ir de paseo y luego retornar a su ciudad de origen o municipios cercanos.

También se identifica que no existe un medio de difusión efectivo que permita dar a conocer al entorno el inventario turístico del municipio, debido a que las técnicas de publicidad son muy limitadas; y sumado a ello pese a incluirse entre sus atractivos turísticos una reserva natural importante como lo es el páramo de Guacheneque, muchas personas desconocen este destino y su biodiversidad.

Por lo anterior, se hace necesario generar una propuesta estratégica que se adapte a las condiciones del sector turístico desde un tipo de turismo enfatizado a fortalecer las riquezas del municipio y las características propias que beneficien tanto a la oferta como a la demanda conforme a las necesidades, en conjunto con la preservación del medio ambiente, y conocimiento de los atractivos de la mano del ecoturismo para el municipio de Villapinzón.

3.2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

La explotación de potencial turístico de las regiones es un elemento fundamental en el aspecto cultural y económico para el desarrollo, a pesar de esto la costumbre turística no está arraigada en algunas regiones; en Villapinzón, la falta de interés por parte de la administración municipal en este aspecto, produce desconfianza entre la comunidad y atrasa el desarrollo, por ello el sector del turismo se ve muy afectado. La población manifiesta no estar capacitada para atender a los turistas y como consecuencia turista no se siente conforme con la atención brindada y existe muy poca probabilidad de volver a Villapinzón.

La formalidad en el sector turístico desde un tipo de turismo que se adapte a las características propias del municipio y beneficie a su población es necesario para complementar sus actividades y empieza a partir de la articulación conforme a las necesidades; desde los planes de desarrollo, la gestión de sus gobernantes y pobladores de los sectores del turismo para lo que le espera en el desarrollo Nacional.

El nacimiento del rio Bogotá y el páramo de Guacheneque son los mayores atractivos turístico del municipio de Villapinzón, no obstante, muchas personas desconocen la biodiversidad con la que estos cuentan, no hay un medio de difusión efectivo que permita dar a conocer al entorno externo el inventario turístico del municipio. Las técnicas de “publicidad del municipio” son casi nulas.

Teniendo en cuenta lo anterior el municipio está perdiendo oportunidades, necesita adecuado manejo y articulación para un trabajo en equipo con resultados colectivos.

3.3. ANTECEDENTES

La historia del turismo es extensa, “el hombre viaja desde su aparición en la tierra por necesidad, en el caso de los nómadas la movilidad territorial es un aspecto esencial de la identidad. Lo mismo se puede decir de marineros y mercantes que viajaban” (CELIZ CORTES 2015)[2]. También como parte de la historia del turismo el peregrino es parte primordial, ya que es un fenómeno que mueve masas, es periódico y organizado, transita rumbos preestablecidos y detalla lugares

[2] CELIZ CORTES, Leidy Jhiordina. Limitantes del turismo en Taropoto, Perú. Revista Vinculando. 2015.

convenientes para su descanso; estas características todavía se evidencian en el paseante actual que recorre trayectos en grupo y pernocta en hospedajes.[3]

Otra particularidad de la historia del turismo es que en tiempos antiguos “no se viajaba por diversión; a partir del siglo XVIII, solamente los hijos de la nobleza inglesa viajaban durante meses por las diferentes capitales europeas como colofón a su formación”. (VARONE, 2002)[4]; con el paso del tiempo más personas tuvieron la oportunidad de viajar y no precisamente por cuestiones de educación o trabajo, sino a realizar otro tipo de actividades como recreación y esparcimiento.

Sin dejar de lado a Thomas Cook[5] que se considera el padre del turismo, él fue el creador de la idea de las agencias de viaje y aprovecha las ventajas del nuevo transporte ferroviario; así empezó a “vender pasajes de tren entre Leicester y Loughborough, por los que también se le considera el primer organizador de viajes turísticos”[6]. Según (INFOTURISTIC, 2012) otros aportes de Cook son:

- “Los primeros viajes a forfait individuales, conocidos como todo incluido, inventor del primer crucero por el Nilo, el voucher o bono-hotel, para pagar las moradas contratadas por su agencia solucionando los inconvenientes de manejo del dinero en efectivo, principalmente con moneda extranjera y Además instauró los cheques de viaje que más tarde, estarían desarrollados por American Express”[7].

Dentro de los factores transformadores para el turismo han sido, por ejemplo: la curiosidad que desarrollan las personas a vivir la experiencia de conocer otros lugares y otras culturas; la evolución que han tenido con el tiempo los medios de transportes, lo cual ha hecho que las distancias sean reducidas y; las vacaciones

---

[3] http://www.sdt.unwto.org
[4]VARONE, Roberto, Turismo responsable para las escuelas. [en línea]. Disponible en: http://www.edualter.org/material/turisme/responsable.pdf. p. 9.
[5] http://www.apuntesdeclases-xenia.blogspot.com
[6] VARONE, Op.cit., p. 9.
[7] http.www.turistaloserastu.es

pagadas, que dan un empujón al trabajador para quitar un poco la preocupación del gasto de dinero e incentiva poder hacer actividades diferentes fuera de su región.

Con lo anterior, se puede evidenciar la importancia del turismo y el aporte al desarrollo en las regiones, ya que este ha sabido adaptarse a través del tiempo conforme a las necesidades de la misma globalización; se ve la necesidad de aprovechar los avances y los recursos que se tienen para enfocarlos en beneficio de una sociedad.

Por otro lado, para este proyecto se han tenido en cuenta definiciones del turismo como se citan a continuación:

- La (ONWTO (OMT), 2005 - 2007)[8] lo define como: "El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales". Con la implicación de consumo y de realización de actividades es un factor de desarrollo en el lugar que se visita e incentiva igualmente el intercambio de culturas.
- Según (ESCALONA, 2003)[9] en su libro: El Turismo Explicado con Claridad; plantea, "Si para la gente turismo es lo que hacen los turistas, para los empresarios turismo es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos le ofrecen a cambio de un precio". En este sentido el turismo para los empresarios viene siendo un negocio.
- Por su parte OBSERVATUR, el Observatorio Turístico de Argentina; el turismo:

[8] ONWTO (OMT). Organización Mundial del Turismo. [en liea]. Disponible en: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico.
[9] ESCALONA. Turismo es lo que dicen los empresarios. El Turismo Explicado con Claridad. p. 27. Libros en red.

- “Del latín TORNUS que quiere decir girar, vuelta o movimiento. Esta palabra fue adoptada por los ingleses, franceses y españoles para definir un tour que significa viaje”[10];
- Esencialmente “una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural”[11].

Entre las expresiones de algunos autores para referirse al turismo o a su historia, se, refieren algunos documentos que han hablado del turismo como:

Un primer documento que corresponde a (COMBARIZA GONZALEZ, 2012)[12], quien realizó “El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa”; en este trabajo se manejó la metodología de sistemas suaves, la cual va enfocada a los problemas suaves, que son difíciles de definir cuyo componente político y social es muy grande y se maneja no como un problema sino como una oportunidad de cambio.

Enfocándose en el turismo rural y con ayuda de la metodología de sistemas suaves llegó conclusiones como: la necesidad de verificar que la transformación del sistema se esté alcanzando; conviene que exista elementos mínimos que viabilice la innovación del sistema; y plantea la necesidad de que el sistema sea sostenible y viable[13].

Un segundo corresponde a (GAMBOA RAMÍREZ & RAMÍREZ, 2008)[14], quienes realizaron el: “Proyecto participativo para promover el turismo sostenible en la cuenca media del Río Otún formulado por medio de la metodología de marco

[10] http://www.observatur.edu.ar
[11]http://www.observatur.edu.ar
[12] COMBARIZA GONZALEZ, Juliana Andrea. (2012). Universidad Nacional de Colombia. [en liea]. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf
[13] http://www.bdigital.unal.edu.co
[14]GAMBOA RAMÍREZ, Jairo., & RAMÍREZ, Natalia. (2008). Universidad Tecnológica de Pereira. [en linea]. Disponible en: http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/2078

lógico", este proyecto se realizó con el fin de "promover el turismo sostenible en la cuenca media del río Otún, respondiendo a la necesidad de planificar el turismo en la zona mencionada por parte de instituciones como CARDER, Universidad Tecnológica de Pereira y personas interesadas en ofrecer servicios turísticos"[15].

Dentro de las conclusiones más relevantes de los investigadores se encuentra que: se evidencia una visión de sostenibilidad conforme a las necesidades ambientales; los aportes de las personas e instituciones implicadas son el recurso fundamental del proyecto; y uno de los impactos sociales más relevantes es el comenzar un proceso de organización por parte de los prestadores de servicios turísticos, que comenzó y continúa trabajando sobre la idea[16].

3.3.1. PLAN DE DESARROLLO DE CUNDINAMARCA

"Respecto a las actividades económicas que pueden aportar a la competitividad departamental se encuentra el turismo, el cual presenta potencialidades en Cundinamarca" (REY, 2016 - 2020)[17]. De acuerdo a ello puede ser útil para la lucha en contra de la pobreza y como herramienta importante para el desarrollo, no obstante, el departamento desafía factores que son nocivos para el sector turístico como mala infraestructura y accesibilidad, con esto, la mala prestación del servicio turístico; esto sumado a falta de visión estratégica e impulso de proyectos turísticos que se destaquen[18].

---

[15] Disponible en: http://www.repositorio.utp.edu.co
[16] Disponible en: http://www.repositorio.utp.edu.co
[17] REY, Jorge Emilio. Plan de Desarrollo Cundinamarca 2016 - 2020. Gobernación de Cundinamarca. [en linea]. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=lDlW39U
[18]http://www.pensionescundinamarca.gov.co

Dentro de los proyectos que traza el plan incluido en el plan de desarrollo de Cundinamarca: “proyectos de competitividad”, Villapinzón se ve incluida, y se relaciona con el Clúster del calzado, cuero y marroquinería ya que cuenta con industria curtiembre; “Parque ecoeficiente industrial de *Villapinzón*, Eco parques sentencia Río Bogotá” y el Clúster de ecoturismo en torno a de la cuenca del Río Bogotá; en los anteriores, teniendo en cuenta que desde el municipio nace el Rio Bogotá se convierte en el punto de partida y referente de los proyectos.

También dentro del mismo plan se plantea el Programa “Tour por Cundinamarca que atiende la aspiración contenida en Plan Sectorial denominado “Turismo para la Construcción de la Paz” que busca un desarrollo social y económico, en el marco de la visión trazada por el gobierno nacional a 2025: Colombia en paz, con equidad y educada[19]. Algunas estrategias del programa son:

Asistencia de planes turísticos de desarrollo regional, planificación del sector turístico mediante la política pública de turismo para el departamento de Cundinamarca; desarrollo del Centro de Información Turística CITUR; brindar asistencia, formación y capacitación a los prestadores de servicios turísticos; trabajar por el embellecimiento de las zonas de interés turístico y su respectiva señalización; desarrollar estrategias de mercadeo y difusión como Igual que el fortalecimiento de la página web del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca.[20]

El objetivo de estas estrategias es la promoción del turismo en el Departamento para dinamizar la economía.

[19]http://www.pensionescundinamarca.gov.co

[20]http://www.pensionescundinamarca.gov.co

3.3.2. PLAN DE COMPETITIVIDAD ALMEIDAS

Se plantea en el Plan De Competitividad Almeidas (EQUIPO TÉCNICO UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2011)[21] "la abundancia del recurso hídrico y las particularidades topográficas, climáticas y ambientales, han hecho que la región comprendida por la provincia de Almeidas sea reconocida tradicionalmente por sus atributos naturales". Se puede evidenciar que los atractivos turísticos de la zona se han tenido en cuenta y le consiguen generar posicionamiento en el sector turístico, esto se logra mediante actividades de ecoturismo; pero, el turismo no se posiciona en la región como uno de los principales medios económicos.

Se observan las vocaciones productivas de la provincia de Almeidas en la siguiente figura:

Figura 1. Vocaciones productivas de la provincia de Almeidas

Tomado de: Plan de competitividad Almeidas

[21] EQUIPO TÉCNICO UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Plan de Competitividad Almeidas (2011). Cámara de Comercio de Bogotá: [en linea]. Disponible en: https://www.ccb.org.co/.../Planes%20de%20competitividad%20de%20Almeidas.pdf

La vocación productiva de la provincia de Almeidas se concentra, primordialmente, en el perfeccionamiento de actividades asociadas al sector agrícola como los cultivos de papa, arveja, maíz, cebolla, zanahoria y fresa; el turismo de naturaleza, así como al desarrollo de actividades manufactureras de procesamiento de cuero.

La provincia de Almeidas cuenta con un gran potencial turístico en aguas termales medicinales y escenarios para practicar deportes y caminatas, en particular, posee una amplia riqueza natural, gracias a que cuenta con diversidad de pisos térmicos y zonas de reserva; tiene un alto potencial hídrico, en la medida que cuenta con las cuencas hídricas de los ríos Bogotá (nacimiento) y Machetá, así como con el embalse del Sisga; es rica en paisajes por lo tanto, se practica el turismo contemplativo, sin embargo, carece de una imagen o marca de provincia para atraer turismo e inversión; la que es importante para así enmarcar sus recursos hacia el turismo en la provincia.

3.3.3. PLANES DE DESARROLLO MUNICIPAL

Dentro de los planes de desarrollo del municipio se puede referenciar el Plan de Desarrollo “Villapinzón Oportunidad para todos” 2008 – 2011 (GARCIA LOPEZ, 2007)[22] el cual busco promover el desarrollo de actividades encaminadas al conocimiento y conservación de las bellezas naturales del municipio; destacando la conciencia que se tiene de recursos naturales existentes en el municipio y la necesidad de cuidarlos. En el plan de desarrollo “Villapinzón, El Camino Del Progreso” 2012 – 2016 (GARZON SANCHEZ, 2012)[23] tiene como objetivo ser percibidos en el país como un lugar atractivo para la inversión turística y paseos

[22] GARCIA LOPEZ, Ramiro Antonio. CDIM ESAP (2007). [en linea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/plan%20de%20desarrollo%20villapinzon%20-%202008%20-%202011.pdf

[23] GARZON SANCHEZ, Hernán Rogelio. CDIM ESAP, 27 de Julio de 2012). [en linea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/villapinzon-pd-2012-2015.pdf

ecológicos impulsando, promocionando y beneficiando el turismo de la región, también plantea como estrategia realizar un inventario turístico del municipio, pero esta no se ve reflejada en la actualidad del mismo.

Por último, se reseña plan de desarrollo municipal "Villapinzón, Juntos Construyendo Futuro" 2016-2020 (MELO GARNICA, 2016)[24], presentado por la alcaldía de Villapinzón, este busca la creación de oportunidades referentes al desarrollo y crecimiento económico para la población de Villapinzón, por medio del impulso de la agroindustria, las curtiembres, el turismo y además la generación de oportunidades de empleos que permita a los beneficiados aprovechar y explotar sus capacidades en pro de una mejor calidad de vida; se abordan puntos importantes referentes del turismo, los cuales tratan de "ajustar y desarrollar la política municipal de turismo y demás normas y documentos concordantes, desarrollando nuevos proyectos para la generación de alternativas de desarrollo local y regional, a través de acciones tendientes a la formación y fortalecimiento del sector"[25], consolidando el turismo en el municipio de Villapinzón como otra alternativa sostenible de ingreso.

3.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué propuesta turística es adecuada, para generar desarrollo económico en el municipio de Villapinzón?

[24] MELO GARNICA, Gildardo A. VILLAPINZON - CUNDINAMARCA. 14 de junio de 2016. [en linea]. Disponible en: http://villapinzon-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/353965653935306562633761333032 36/villapinzn-acuerdo-plan-desarrollo-2016-2020.pdf
[25]Disponible en: http://fusagasuga-cundinamarca.gov.co

4. OBJETIVOS

4.1. GENERAL

Diseñar una propuesta de mejoramiento del sector turismo con una estrategia en el municipio de Villapinzón, provincia Almeidas; que actúe como generador económico.

4.2. ESPECÍFICOS

- Caracterizar desde el punto de vista turístico el municipio de Villapinzón.
- Analizar los resultados de las encuestas del macroproyecto de turismo de la Universidad de Cundinamarca.
- Sugerir una estrategia turística desde la demanda y oferta de servicios turísticos.

5. JUSTIFICACION

Colombia viene creciendo cómodamente en el sector turismo, el 2017 fue un año altamente positivo para este "al punto de convertirse en el segundo generador de divisas del país, superando productos tradicionales como el café, las flores y el banano; según datos del Banco de la República este año se perfila como otro buen periodo para esta actividad económica" (DINERO, 2018)[26]; llegaron al país en 2017 un total de 6'535.182 visitantes extranjeros, una cifra representativa para el turismo en el país ya que hubo un aumento de 28,3% con respecto al 2016, cuando llegaron 5'093.052 visitantes del exterior.

A partir de la firma del acuerdo entre Colombia y las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia "FARC", se ha mejorado la imagen ante el mundo del país, catalogándose, así como referido en turismo de naturaleza por la gran biodiversidad, de manera que se espera siga activando el sector[27]; "Es el único país en el que se están solucionando los conflictos en vez de agravarlos. Para mucha gente, esto resulta muy atractivo, más de lo que nosotros mismos podemos imaginar" (FURMSNSKI, 2018)[28]. Aparte de que se cuenta con una riqueza natural inigualable, los habitantes tienen una gran calidez humana; lo hace un destino único, es por esto que la presente investigación busca proponer una estrategia para el fortalecimiento del turismo, enfocada en los atractivos turísticos, para que el visitante pernocte en el municipio y potencializarlos para que con ayuda de los entes públicos procure una mejora en la calidad de vida de los habitantes de Villapinzón.

---

[26] DINERO. 2017 fue un buen año para el turismo en Colombia. 15 de febrero de 2018. Revista Dinero. [en linea]. Disponible en: https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/balance-de-turismo-en-colombia-en-2017/255323.

[27] Tomado de: https://www.ccb.org.co

[28] FURMSNSKI, Alberto. Turismo, la oportunidad de oro para Colombia. 17 de enero de 2018. (N. N. Álvarez, Entrevistador).

La investigación busca proponer una estrategia para el fortalecimiento del turismo de Villapinzón desde el ecoturismo, ya que en este territorio no se ha determinado un esquema turístico efectivo, con lo que se generará un impulso económico en el sector comercial y de servicios, es necesario que estos pequeños municipios se conozcan por sus atractivos y no queden en el olvido, por falta de trabajo conjunto para resaltar sus virtudes, así puedan ayudar a mejorar la economía del país y la propia mediante ejemplo de compromiso con el medio ambiente. Se determinará con exactitud cuáles son las fortalezas y debilidades del municipio mediante los instrumentos de recolección de datos; la visión y análisis de los mismos, servirán para enfocarlos y así determinar una realidad para el municipio y plantear la mejor estrategia en cuanto al fortalecimiento del sector turismo.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1. MARCO TEÓRICO

Según la importancia que se le brinde el turismo puede tener una participación muy importante socioeconómicamente hablando, sus impactos han marcado el mercado y los mismos negocios desde los más pequeños ya que el turismo genera ingresos complementarios, se posiciona como una oportunidad para la comunidad de poder crecer.

Para ello, la planificación integral del turismo que es “prever el curso de los acontecimientos, en un proceso continuo de toma de decisiones coherentes con los objetivos propuestos a largo plazo” (DUIS, 2006)[29]. Permite identificar al turismo como factor relevante hacia el futuro de una comunidad; por ende, es importante conocer y conservar los recursos en las actividades turísticas, ello, para no causar problemas que lo afecten directamente, un turismo sostenible que de la mano con la planificación de respuesta a necesidades de la economía.

La coordinación, elaboración y aplicación de un plan de turismo da cabida a orientar el desarrollo y reconocer capacidades, realidades e intereses de cada lugar; así se disminuye incertidumbres a la hora de un planteamiento a futuro del sector. “El turismo, entendido por un intercambio de culturas, contribuye al mutuo entendimiento entre los pueblos y sociedades, siempre y cuando haya una adecuada preparación, fomento de la cultura e identidad y capacitación de la comunidad receptora” (DUIS, 2006)[30]. Es importante preparar y trabajar con la

[29] DUIS, Urte. Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. abril de 2006.fecha Consulta:01 de octubre de 2017.Ministerio de Cultura y Turismo. [en línea]. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=66402&name=RISARALDA.pdf&prefijo=file

[30] Ibid., p. xx.

población para la recepción de turistas y las actividades que realizan en pro de la buena imagen al exterior, así atraer más turistas, aportar mutuamente al progreso y generar intercambios culturales que aporten nuevas ideas.

En Colombia el turismo se ha destacado en los últimos años, y se hace inevitable la creación de nuevas estrategias que permitan el turismo de una manera eficiente que vaya de la mano con la ecología y nuestros ecosistemas para retribuir un poco a estos espacios que han sido explotados por mucho tiempo de una manera desmedida generando afectación a los habitantes residentes donde se desarrollan estos eventos; el fomento de la protección y conservación del patrimonio es clave para los lugares que los poseen, las empresas no siempre atraen dinero, pero, si arrastran problemas ambientales que se van viendo con el tiempo. El turismo es una opción favorable para las comunidades, forja nuevas actitudes e integra las competencias de las personas.

Para el logro de esto, la planeación se convierte en uno de los pilares más importantes en pro del desarrollo económico, político y social, siendo esta "un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos" (CORTIÑAS, s.f.)[31]. Desde lo más sencillo a lo complicado, dependiendo el medio en el cual se vaya a dar para su aplicación, es necesario integrar con los planes de desarrollo con objetivos a corto y largo plazo.

En un enfoque turístico (SANCHO, 2011)[32] describe la planeación como instrumento de gestión que en "un determinado espacio, municipio o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y, consiguientemente, pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona", con la optimización de los recursos aprovechables en la región y la coordinación de

[31] CORTIÑAS, Jesús. Concepto de Planificación. Apuntes de Gestión. [en línea]. Disponible en: https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-planificacion/.
[32] SANCHO, Amparo. Introducción al Turismo. OMT. [en línea]. Disponible en: //www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

las disciplinas y materias involucradas, se configure un producto turístico integral y de agrado.

Para apoyar la gestión del turismo en las regiones es importante desde la administración plantear la planificación estratégica que, “es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro” (ARMIJO, 2017)[33]. De acuerdo a ello podrá ajustarse a los cambios que les atribuye el ambiente, lograr eficiencia y eficacia con bienes y servicios de calidad.

La identificación de prioridades y asignación de recursos en un contexto de cambios y altas exigencias por avanzar hacia una gestión comprometida con los resultados, se puede lograr con el uso de la Planificación Estratégica en el ámbito público.

Dentro de la implicación del uso de la planeación estratégica en el ámbito turístico nos encamina a la ardua evaluación de políticas, programas, gestión, resultados y desempeño a lo largo del tiempo; con esto tomar decisiones que no dejen de lado los cambios a futuro y el análisis del entorno. Sancho plantea en “Introducción al turismo” etapas de la planificación turística para obtener productos altamente competitivos según un plan, las que se pueden ver a continuación:

Es importante el análisis de los desarrollos turísticos anteriores al presente; Determinar la posición turística de la actualidad, elaborar de las políticas a seguir y concretar de las estrategias que deben realizar; poner en práctica las políticas establecidas a través de la ejecución de programas adecuados para tales objetivos[34].

Es importante la planeación, por ello la publicidad toma un lugar significativo en torno al turismo. La promoción turística es la que hace reconocer ante los demás la

---

[33] ARMIJO, Marianela. CEPAL. [en línea]. Disponible en: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf
[34] Disponible en: http://www.docplayer.es

región, una buena publicidad es clave a la hora de reflejar la imagen de los sitios turísticos a los posibles clientes o turistas; (CASTILLO-PALACIO & CASTAÑO-MOLINA, 2015)[35], en el documento: “la promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas” recogen una revisión bibliográfica en cuanto a la promoción del turismo de donde cabe resaltar fragmentos o ideas como:

- Middleton (2001: 90) afirma que "todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudizan sus deseos y estimulen la demanda", entonces, cualquier manera o medio que se utilice para de hacer ver mi producto o servicio ante terceros vendrá siendo promoción turística.
- Así mismo, la promoción turística debe abastecer a los consumidores de las diferencias ante otros destinos por medio de brindarles conocimiento de los atractivos y de la infraestructura [36].

Una promoción efectiva y eficaz trabaja en pro de la transmisión de una impresión o imagen positiva; a través de un mensaje claro, innovador y entendible crea perspectivas sensatas para los visitantes, y así brindar posibilidades de viajes más placenteros, aumentado la probabilidad en la intención del viaje.

Con ayuda de estrategias que articulan los procesos y enlazan los planes, programas y metas se logra el objetivo en común; así planteado la estrategia, concebida desde diferentes puntos de vista, por ejemplo, para (ANSOFF, 1986)[37], la piensa como “el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado tal que definan la esencial naturaleza de los negocios

[35] CASTILLO-PALACIO, Marysol & CASTAÑO-MOLINA, Vladimir. SCIELO. julio de 2015. [en línea]. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017.
[36] Disponible en: http://www.docplayer.es
[37] ANSOFF, Igor. La estrategia de la empresa. 1986. España: Orbis.

en que está la organización y los negocios que la organización planea para el futuro".

Por su parte, (HERMIDA, SERRA, & KASTIKA, 1992)[38] precisan la estrategia de negocios a manera de "la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando las oportunidades y evaluando los riesgos en función de los objetivos y metas". Para los autores la estrategia encierra todo lo que se utiliza en función de seguir un objetivo que ya plantee previamente.

Mientras tanto Como lo expone (MINTZBERG, 1997)[39], la estrategia contempla 5 p:

- La estrategia como plan: Un curso de acción conscientemente determinado, una guía o una serie de guías para abordar una situación específica.
- La estrategia como programa: Maniobra dirigida a derrotar un oponente o un competidor.
- La estrategia como patrón: Da la impresión de surgir sin advertirlo; "la estrategia es un modelo, específicamente un patrón en un flujo de acciones. La estrategia es consistencia en el comportamiento, tanto si es intencional como si no lo es" [40].
- La estrategia como posición: Considera a el entorno competitivo, cómo se encuentran las posiciones y cómo se protegen para enfrentar, evitar, o vencer la competencia.
- La estrategia como perspectiva: Busca ubicar a la organización en un entorno externo y en posiciones concretas y lo lleva a adoptar diversos cursos de acción.

---

[38] HERMIDA, Jorge. SERRA, Roberto. & KASTIKA, Enrique. administración y estrategia. teoría y práctica (cuarta edición). 1992.Buenos Aires, Argentina: macchi.
[39] MINTZBERG, Henry. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos.1997. México: Pearson. p. 653.
[40] Tomado de: http://www.tovarvillazana.blogspot.com

De acuerdo a lo anterior se puede identificar el grado de importancia de la estrategia como instrumento competitivo para el turismo y con ello pueda tener ventajas para conseguir sostenibilidad en el tiempo y rentabilidad.

Justificada la planeación por medio de estrategias en pro de un desarrollo sostenible que según (ONWTO, s.f.)[41]"El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas" [42]. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos económico, medioambiental y sociocultural del desarrollo turístico, y se enfocan en ofrecer equilibrio para que sea perdurable en el tiempo, para lo cual se debe tener en cuenta que debe: dar uso óptimo a los recursos y mantener la biodiversidad del lugar mediante el liderazgo de la población implicada en el tema. Así, "el logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias" [43].

Por su parte la contribución del ecoturismo entendido como una modalidad turística ambientalmente comprometida y respetuosa con el medio la cual consiste en "viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales" todo esto, a través de la promoción de la conservación, se caracteriza por tener bajo impacto ambiental y cultural; es propicio para incluir activamente la población local y es socioeconómicamente beneficioso para las mismas. Villapinzón puede utilizar estas herramientas para sobresalir en temas de turismo y generar recursos para la comunidad y poder sostener esta actividad en el tiempo.

---

[41] ONWTO (OMT). Organización Mundial del Turismo. [en liea]. Disponible en: http://www2.unwto.org/es/content/definicion.
[42] Disponible en: http://www.sdt.unwto.org
[43] http://www.camaradeturismodelaceiba.com

6.2. MARCO GEOGRÁFICO

El municipio de Villapinzón, se encuentra ubicado en el altiplano cundiboyacense, en el departamento de Cundinamarca a una distancia de 80 km de la capital de la República; perteneciente administrativamente a la provincia de Almeidas, su gentilicio es Villapinzonenses. En la página oficial del municipio (ALCALDÍA DE VILLAPINZÓN) se encuentra que:

> La cabecera municipal se encuentra localizada a los 05º 13´ 09´´ de latitud norte y 73º 36´00´´de longitud oeste. Su extensión es de 249 Km2, distribuidos 248.51 Km2, en el área rural y 0.39 Km2 en el área urbana, temperatura media: 13ºº C y distancia de referencia: 80 KM de Bogotá[44].
>
> Los límites del municipio son, al Norte: Ventaquemada (Boyacá) y Lenguazaque (Cundinamarca); Sur: Chocontá, Tibirita (Cundinamarca) y Capilla de Tenza (Boyacá); Occidente: Chocontá y Lenguazaque; y Oriente: Ventaquemada, Turmequé y Umbita (Boyacá)[45].

El rio Bogotá en Villapinzón Según (GOMEZ GARCIA, 2008)[46], 2008 en el Plan de Ordenamiento Territorial: El río Bogotá nace en el Municipio de Villapinzón, y es parte de las 14 cuencas importantes del departamento de Cundinamarca. El recurso hídrico ocupa un área de 5.996 km2 que se extiende diagonalmente por el departamento; esta sobre los 3400 y 3200 m.s.n.m con vegetación propia del bosque andino; la fauna pertenece a las zonas de páramo y subpáramo.[47]

---

[44] http://www.laguiacundinamarca.com

[45] ALCALDÍA DE VILLAPINZÓN. Sitio Oficial de Villapinzón - Cundinamarca. Fecha Consulta: 29 de septiembre de 2017, de Sitio Oficial de Villapinzón - Cundinamarca: http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co/index.shtml

[46] GOMEZ GARCIA, Ana Margoth. Plan de Ordenamiento Territorial Villapinzón. [en línea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/5eot%20-%20esquema%20de%20ordenamiento%20territorial%20-%20documento%20resumen%20-%20villapinzon%20-%20cundinamarca%20-%202000.pdf

[47] Disponible en http://www.laguiacundinamarca.com

A continuación, se muestra la ubicación del municipio de Villapinzón en el país como en la provincia.

Figura 2.Ubicación de Villapinzón en el país

Tomado de: http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1788353

Ubicación de Villapinzón en la provincia de Almeidas, constituida por seis municipios más: Suesca, Sesquilé, Chocontá, Tiribitá, Macheta y Manta. Identificando la conformación política a continuación que permite identificar su cercanía a Bogotá:

Figura 3. División política, ubicación de Villapinzón en la provincia

Tomado de: Plan de Competitividad Almeidas

6.3. MARCO HISTORICO

En la página oficial del municipio de Villapinzón se encuentra la historia del mismo la que es copia textual:

Hacia El Pretérito Aborigen: Villapinzón es una población nueva, de origen criollo y mestizo; no tiene pasado aborigen, aunque la comarca donde se asienta sea de fisonomía chibcha y de pronto bajo tierra algunas guacas escondan osamentas de indios, tunjos, ollas y mantas. Por lo menos ninguno de los cronistas de la Conquista menciona poblamiento nativo en estos lares. Difícil sería afirmar que fue asiento de tribus o que allí se libró alguna de aquellas batallas entre Zaques y Zipas, pues los de Hunza solían entrar a la sabana por el Boquerón de Machetá y encontrarse con éste en las cercanías de Chocontá.

Entre este pueblo y el de Turmequé, que era el próximo por esta vía del nordeste hacia Tunja los cronistas no determinan ningún pueblo de indios.[48]

El Sitio De Hato Viejo: Trae Ramón C. Correa en sus Apuntes varios documentos tomados del archivo de Tunja en los que se habla del sitio de Hatoviejo, feligresía del pueblo de Turmequé, es decir, de un sitio poblado cuyos moradores estaban adscritos a la parroquia de Turmequé en el carácter de vecinos y feligreses. La Parroquia: El sitio de Hatoviejo, dice Pablo E. Sánchez en su monografía, pero sin citar la fuente, fue erigido en parroquia bajo el título Parroquia de Santa Bárbara de Hatoviejo, y de San Juan Bautista, se dice también, el 1o de diciembre de 1773, de lo cual no hay comprobación documental, agrega el historiador Ramón C. Correa en sus Apuntes, pág. 13, y dice que en los cuatro primeros meses del año de 1774 todavía no se llamaba a Hatoviejo Parroquia sino sitio, como consta en documento fechado en el sitio de Hatoviejo en catorce días del mes de marzo de este año de mil setecientos setentaicuatro, firmado por Francisco de Vargas Figueroa (Apuntes pág. 13). En 1852/53 cuando la antigua Provincia de Bogotá se subdividió en cuatro Provincias autónomas, Bogotá, Tequendama, Zipaquirá y Cundinamarca se llamaban simplemente Distritos, que luego, a partir de 1886 la Constitución de este año llamó Distritos Municipales y la Ley 149 de 3 de diciembre de 1888 sobre Régimen municipal, denominó Municipios.[49]

En el año de 1814 por decreto de 17 de mayo el Gobierno de la República de Tunja hizo la división político-administrativa de la Provincia en cinco Departamentos, uno de ellos el de Occidente, al que pertenecieron las parroquias de Hatoviejo, Guachetá y Lenguazaque que luego fueron de Cundinamarca.[50]

---

[48] Disponible en http://www.laguiacundinamarca.com
[49] Disponible en http://www.laguiacundinamarca.com
[50] Disponible en http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co

6.4. MARCO CONCEPTUAL

En referencia al desarrollo del trabajo es importante resaltar los conceptos que enmarcan la investigación y son relevantes para la estrategia propuesta. Para ello desde el observatorio turístico de Argentina (OBSERVATUR, s.f.) y la Organización Mundial del Turismo (ONWTO, 2008) se pueden tuvieron en cuenta los siguientes conceptos para mayor entendimiento del lector:

Actividad Turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista (OBSERVATUR, s.f.).

Alojamiento Turístico: Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regular (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche (OBSERVATUR, s.f.).

Atractivo Turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes (OBSERVATUR, s.f.).

Calidad: Partiendo de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, usos y culturas.

Conciencia Turística: Conjunto de actitudes de servicios, comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción a través de la hospitalidad y compresión. Sentido de estar brindando un servicio en su accionar cotidiano, que tienen los lugareños para el turista[51].

[51] http://www.profesionalesdelturismo.es

Destino Turístico: Lugar donde los turistas acuden a lo largo de todo el año y conservan una afluencia de visitantes, se puede alojar en los mismos, en lo que se supone esta actividad la base de su economía.

Ecoturismo: "Una forma de turismo responsable en zonas naturales que favorece la conservación del medio ambiente y el bienestar de los habitantes"[52].

Gasto turístico: El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.[53]

Oferta Turística: Se concibe como "el conjunto de recursos a disposición: servicios, equipamientos e infraestructuras turísticas junto con los productos específicos estructurados y realmente comercializados" (OBSERVATUR, s.f.).

Señalización Turística: Es un sistema de información que permite la identificación de los lugares, el cual tiene una simbología y características de diseño preestablecidas.[54]

Turismo: "Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos". Según la Organización mundial del turismo en el año 1994.

Visita Turística: Hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

---

[52] http://www.observatur.edu.ar
[53] http://www.ri.ues.edu.sv
[54] http://www.riuma.uma.es

Viaje turístico: Este término se asigna para “todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso.[55]

Visitante: Es un individuo que viaja a un lugar distinto a su entorno habitual, con alguna finalidad diferente a ser empleado por alguna entidad que resida en dicho lugar.

6.5. MARCO LEGAL

6.5.1. Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996)

> “El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional”.

Se retoma porque el turismo es una herramienta para el desarrollo y favorece las regiones que lo acogen en su competencia social, económico, cultural y ambiental; así, con elementos que beneficien, perduren en el tiempo dará reconocimiento a las comunidades.

---

[55] Tomado de: OBSERVATUR. Observatorio Turístico de Argentina. [en linea]. Disponible en: http://www.observatur.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=70. & ONWTO (OMT). Organización Mundial del Turismo. [en liea]. Disponible en: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Visitante.

6.5.2. Resolución 0119 de febrero 12 de 2002.

Por la cual se establecen reglas para el cumplimiento de los prestadores de servicios turísticos de la responsabilidad contemplada en el artículo “16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001”. [56]

Su objetivo es prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores originado por turistas nacionales o extranjeros. “El Ministerio de Desarrollo Económico exigirá a los prestadores de servicios turísticos que se acojan a compromisos o códigos de conducta”. Lo que hace que esta actividad no dé cabida a actos que atenten contra la integridad tanto de menores como de adultos.

6.5.3. Resolución 4577 del 23 de septiembre de 2009

En vista que el Ministerio de Transporte reglamenta la demarcación y señalética de los sitios con ciertas características que se creen convenientes según el -Manual de Señalización Vial- para el buen tránsito y denotación de una red vial, la señalización turística se hace relevante para el cumplimiento y la promoción de la misma actividad, así, el visitante reconoce los espacios y le da un sentido de ubicación[57].

Es importante resaltar de esta resolución que:

> Los sitios de interés turístico ubicados en vías rurales que por su importancia merezcan ser referenciados mediante señales informativas se indicarán a través de señales elevadas estos proyectos de señalización turística serán financiados

[56] Tomado de: http://www.repositorio.utp.edu.co

[57] Tomado de: http://www.tribunaladministrativodelquindio.com

con recursos especiales por el ente público o privado que tienen como función la promoción de actividad turística.

6.5.4. Resolución 3772 de diciembre de 2009

Por la cual se determinan unos prestadores de servicios turísticos, entre los cuales encontramos “las personas naturales o jurídicas que prestan el servicio de alojamiento a los turistas en los términos establecidos en el Decreto 2590 de 2009”

Esta resolución enuncia que también se consideran prestadores de servicios turísticos las personas que se dediquen o destinen su inmueble a proporcionar el servicio de alojamiento turístico, es de resaltar que si se hace ocasionalmente no es necesaria la inscripción en el registro nacional de turismo. Igualmente limita la actividad al tipo de inmueble que es trascendental para el alojamiento y las respetivas formalidades como “el registro nacional de turismo y el certificado de matrícula mercantil” [58].

6.5.5. Circular 001 del 25 de febrero de 2009

Cláusula De Responsabilidad En Planes Turísticos

“Con el objetivo de promover el desarrollo del turismo, el consumidor o usuario es objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas. Es así como el ministerio de comercio, industria y turismo define los tipos de agencia de viajes para todos los efectos legales, les otorga el registro nacional de turismo, reglamenta su operación, vigila su funcionamiento y aplica las sanciones

[58] Disponible en: http://www.faolex.fao.org

correspondientes cuando incurren en infracciones” por lo anterior los planes deberán consignar una cláusula de responsabilidad de forma clara, las agencias que incumplan con la obligación estarán sujetas a sanciones. Es importante porque incluye un valor agregado que beneficia al turista y al prestador de servicio, ya que genera confianza en cuanto a la participación de la actividad.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación que se realizó es mixta de acuerdo al tipo de procesos de recolección, análisis de los datos y además su integración para la formulación de la estrategia; exploratoria que brindó un panorama del turismo en Villapinzón y aplicada en cuanto a la generación de conocimientos de turismo y de la población objetivo del proyecto; tiene un tipo de estudio descriptivo ya que estudia como es y de qué manera se manifiesta el turismo y sus componentes en el municipio de Villapinzón soportado en los métodos utilizados.

Mediante el método de investigación de observación, con técnicas como la observación, encuestas, entrevistas y su análisis. Soportado con la revisión documental de páginas y entidades reconocidas, enfocadas a la promoción y desarrollo del turismo.

Las encuestas para la oferta y la demanda son mixtas ya que en el formato lleva preguntas de si, no y numéricas; se aplica una encuesta a la administración donde define la posición del municipio frente a lo que se está desarrollando en el sector turismo.

Desde fuentes secundarias de información, y el material recolectado se analizaron los datos, tomando relevancias para la construcción de la estrategia.

7.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

7.1.1. Población: Almeidas

La Población a la que se desarrolló la entrevista y luego se realizó la encuesta es la provincia de Almeidas.

7.1.2. Muestra: Municipio De Villapinzón

Para la muestra se tomará como referente el municipio de Villapinzón, en el cual se realizaron las encuestas y las entrevistas pertinentes.

7.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

La recolección de información se hizo de acuerdo a la observación directa de los atractivos turísticos de la región, y de aquellos sitios que prestan servicios a los turistas, se realizó entrevista a las personas encargadas de la información turística y se procedió a la aplicación de encuestas, en las cuales llevo una serie de preguntas, a los visitantes del lugar como a las personas que ofrecen los servicios.

7.2.1. Encuesta de la Oferta Turística

En la encuesta de oferta turística se indaga sobre temas como capital humano con el que cuenta el establecimiento de comercio, infraestructura, información de la demanda atendida, las estrategias de mercadeo que utiliza, si tiene algún tipo de vínculo con redes turísticas y así mismo identificaron factores para beneficiar la actividad turística; esta encuesta se soportó en un análisis de la oferta del municipio.

7.2.2. Encuesta de la Demanda Turística

La encuesta de la demanda tuvo en cuenta temas como la información económica del turista; información del viaje: como motivo, transporte que utilizo, porque medio se enteró del destino, frecuencia de visita, dinero gastado en el viaje, las actividades que realizó, entre otros; de igual manera se indago sobre los grados de satisfacción del viaje en cuanto a las actividades que realizó, intención de regreso y los aspectos positivos y negativos; fue importante escuchar la opinión del turista de manera general para identificar otros aspectos importantes.

7.2.3. Entrevista (características del municipio de Villapinzón)

En esta entrevista se analizaron las generalidades del municipio, estrategias de turismo con las que cuenta el municipio, sitios de interés, eventos y festividades, si existe o no un inventario turístico, tipos de estudios que el municipio hubiere realizado en cuanto al turismo, tránsito y señalética turística, y las formas con las que se podría fomentar el turismo. Se pudieron identificar otros aspectos que apoyaron la investigación desde la observación de en el momento de la visita. (ver anexo 4)

8. ESQUEMA TEMÁTICO: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

8.1. CAPÍTULO 1: CARACTERIZACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN

El municipio de Villapinzón se halla ubicado en el departamento de Cundinamarca y la oferta del mismo es relativa a la confección de los artículos en cuero y se incluye en la provincia de Almeidas. Principalmente se caracteriza por tener dentro de su oferta turística diversos atractivos a saber:

8.1.1. Iglesia San Juan Bautista:

Considerada como uno de los principales atractivos arquitectónicos, Está ubicada en Carrera 4 No 4 -20 Parque principal; " fue fundada por Francisco de Vargas Figueroa, en 1774 el sitio Hatoviejo (nombre antiguo de Villapinzón) fue elevado a categoría de parroquia. Su atracción a los turistas es por su modelo arquitectónico y su religiosidad ya que por tradición Villapinzón ha sido y es un pueblo muy religioso." (DIOCESIS DE ZIPAQUIRÁ , s.f.).[59]

Figura 4. Iglesia San Juan Bautista Villapinzón

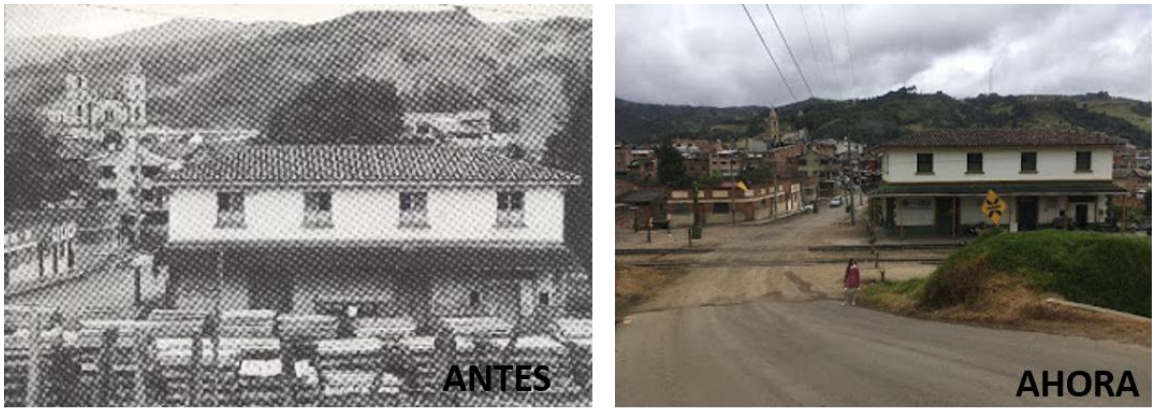
Fuente: Autor del Proyecto

[59]http://www.portal.diocesisdezipaquira.org

8.1.2. Estación del Ferrocarril:

La carrilera está ubicada en las afueras del municipio sobre la vía norte como se ve en la figura 5. En la búsqueda de comunicación entre los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, se inició en 1925, y en 1931 llegó a Tunja y Sogamoso. Actualmente la carrilera está en reparación para la vuelta del paso del tren con fines turísticos.

Figura 5. Estación del Ferrocarril Municipio de Villapinzón



Fuente: Estación del Ferrocarril Municipio de Villapinzón, Tomado de: http://mapapatrimonioferreo.blogspot.com/2017/09/estacion-villapinzon_42.html[60]

[60] Disponible en: http://www.paseopormipais.blogspot.com

8.1.3. Páramo de Guacheneque Villapinzón:

El páramo de Guacheneque es la cuna del nacimiento del rio Bogotá, es uno de los abastecimientos hídricos más importantes del país, por su ecosistema rodeado de una amplia reserva y belleza natural entre la cual se hallan los recursos naturales a saber: la laguna del mapa de Colombia, el lago subterráneo, la piedra o cueva del oso, el pozo de la nutria y la laguna del valle, "está ubicado en el municipio de Villapinzón, es el nacimiento de este río, que bordea a Bogotá y recibe más de 100 vertimientos de desechos de urbanizaciones e industria, hace parte de las reservas administradas por la CAR y la gobernación de Cundinamarca, alcanza 3.300 metros sobre el nivel del mar"[61].

8.1.3.1. Laguna del mapa de Colombia

Llamada así por su semejanza con el croquis del país, "su nombre se debe a que a su lado se encuentra un pequeño bosque de pinos, especie traída por los españoles y nociva para los páramos. Un pino puede consumir 150 litros de agua por día" [62,] en la figura a continuación:

[61] Disponible en: hhttp://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/ambiente/crealo-este-es-el-nacimiento-del-rio-bogota

[62] Disponible en: hhttp://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/ambiente/crealo-este-es-el-nacimiento-del-rio-bogota

Figura 6. Laguna del mapa de Colombia, Páramo de Guacheneque Villapinzón

Tomado de: https://caminaeko.wordpress.com/caminatas-2/nivel-de-dificultad-i/paramo-guacheneque/#

8.1.3.2. Lago Subterráneo

Sus aguas brotan del nacimiento del río desde su subterráneo y dentro se observa el agua cristalina, siendo un ecosistema de amplia reserva acuífera y se halla bajo la superficie terrestre de la extensión del páramo de Guacheneque albergando diversas especies naturales y un amplio ecosistema.

Figura 7. Lago Subterráneo, páramo de Guacheneque Villapinzón

Autor: Asdrúbal Pérez

8.1.3.3. Piedra del Oso

Es una reserva que hace conmemoración a la especie del oso de anteojos que habito en este territorio, años atrás y por su forma es cónica, e igualmente tiene formas de animal.

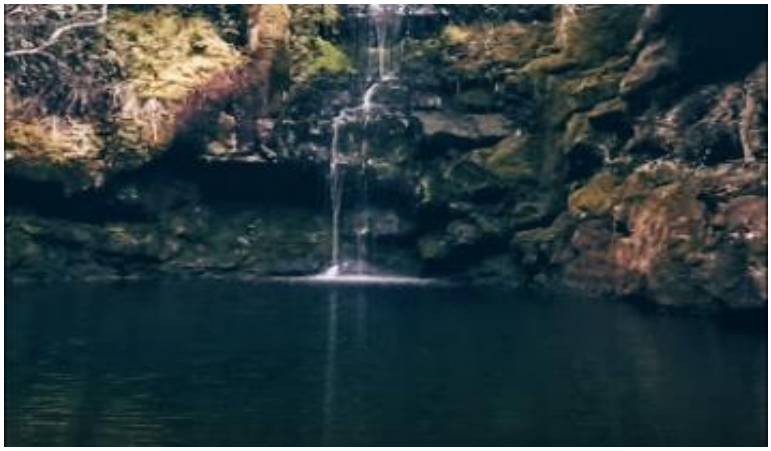
Figura 8. Piedra del oso, páramo de Guacheneque Villapinzón

Tomado de: https://es.calameo.com/read/004980122a0e5f9111b64

8.1.3.4. Pozo de la nutria

Cuenta con una amplia vegetación, nace en el río Bogotá, su nombre es producto de que en dicho territorio habita la especie de la nutria y su característica es la forma de cascada, brotando del páramo.

Figura 9. Pozo de la nutria, páramo de Guacheneque Villapinzón



Autor: Asdrúbal Pérez

8.1.3.5. Laguna del Valle

Es parte del río Bogotá, más conocida por la tradicional leyenda del mohán, cuenta con una biodiversidad alta y está enmarcada por frailejones. Según los habitantes del municipio años atrás se le agrego sal por parte de un indígena arahuaco para cortar posibles maleficios de la misma[63].

[63] Disponible en: https://m.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-659147

Figura 10. Laguna del valle, páramo de Guacheneque Villapinzón

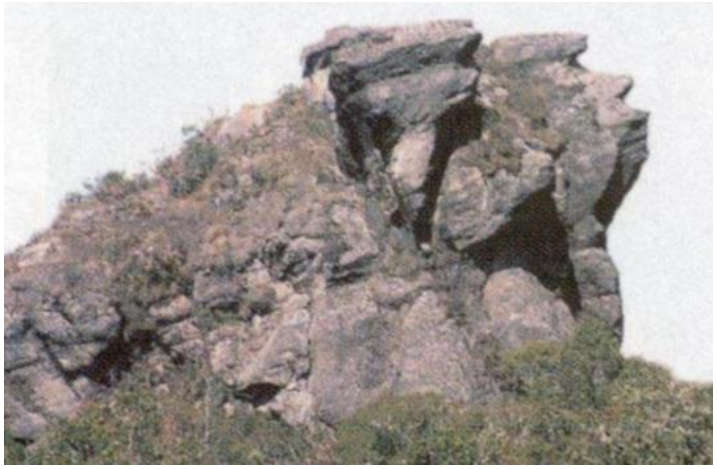
Autor: Darío López Ocampo

8.1.3.6. Piedra del Diablo o Del Indio Piel, Villapinzón

"Es una esfinge pétrea, está en la carretera que conduce al Parque Nacional y fue denominada porque su figura tiene cara de simio como piedra del indio piel roja" [64].

[64] Disponible en: https://m.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-659147

Figura 12. Piedra Del Diablo O Del Indio Piel Roja, Villapinzón



Tomado de: https://es.calameo.com/read/004980122a0e5f9111b64

8.1.3.7. Plaza de mercado

Se ubica en la carrera sexta, por tradición su día de mercado es el domingo, allí se hallan artesanías, artículos de marroquinería, tejidos en lana de oveja, platos como la gallina, fritanga, sopas, carne, entre otros; se caracteriza por el cultivo de la papa, venta de productos agrícolas y curtiembres, a continuación, una panorámica de ella:

Figura 13. Plaza de Mercado Villapinzón

Tomado de: https://www.google.com.co/maps/place/Villapinz%C3%B3n,+Cundinamarca/@5.2148613,-73.5992077,231m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e402252cdc83fc5:0x9819193884fa1eee!8m2!3d5.215209!4d-73.5946249

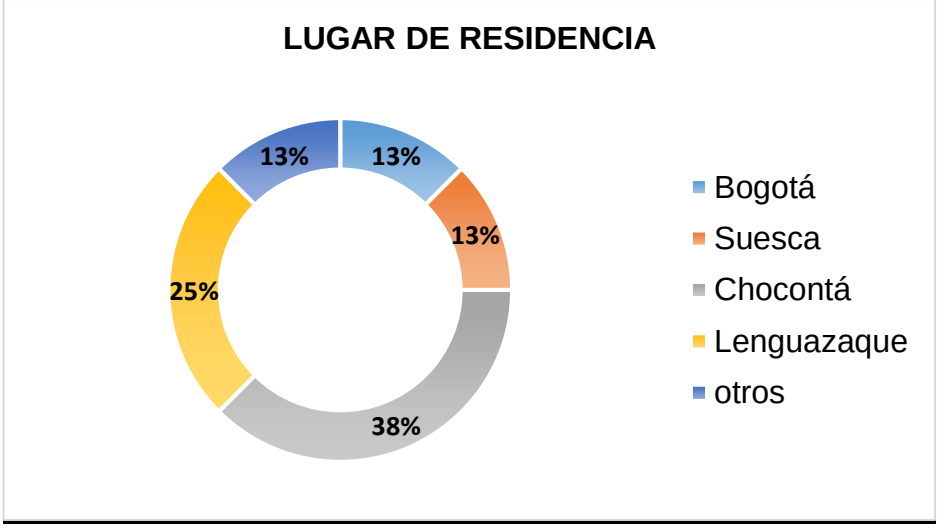
Está ubicada sobre la carrera sexta del municipio, el día de mercado tradicionalmente es el domingo, se encuentran: artesanías: Tejidos en lana, artículos de marroquinería; platos típicos de la región: gallina, fritanga, sopas, carnes y otros; demás allí se vende los productos agrícolas que tradicionalmente se cultivan en la región como la papa. Por el lado de la plaza se aprecia el paso del rio.

8.2. CAPÍTULO 2: ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DEL MACROPROYECTO DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA.

8.2.1. Análisis de Demanda

Desde el análisis de la demanda los resultados más relevantes fueron:

Figura 7. Lugar de residencia del visitante a Villapinzón



Fuente: Datos Estudio del Subsector Turismo Departamento de Cundinamarca: Provincia de Almeidas

El 90% de la demanda Turística de Villapinzón proviene del departamento de Cundinamarca, entre el lugar de residencia se encuentra Bogotá, Suesca, Chocontá, y Lenguazaque. Se dedujo que los visitantes en su mayor proporción son

oriundos de Chocontá, seguido de Lenguazaque, que son lugares relativamente cercanos. En la relevancia del motivo de viaje se destacan:

1. Conocer
2. Pasear
3. Turismo
4. Descanso
5. Visita a familiar
6. Deporte

Figura 8. Genero de los visitantes de Villapinzón

Fuente: Datos Estudio del Subsector Turismo Departamento de Cundinamarca: Provincia de Almeidas

De 8 visitantes 5 son hombres y 3 mujeres entre edades de 19 a 40 años aproximadamente; y se enteraron del destino por la visita a pueblos cercanos, recomendaciones familiares, o algunos solamente estaban de paso por allí.

De 8 visitantes el 50% viajó acompañado y el otro 50% viajo solo, ningún visitante contaba con algún tipo de reserva para pernoctar en el municipio. Lo anterior evidencio la falta de interés para quedarse en el municipio a hacer alguna actividad.

Adicionalmente la frecuencia de visita al municipio es baja, y se relaciona a continuación:

Tabla 1. Frecuencia de visita al municipio de Villapinzón al año

Visitantes	**Frecuencia (# de veces al año)**
1	1
3	2
2	4
1	12
1	20

Fuente: Datos Estudio del Subsector Turismo Departamento de Cundinamarca: Provincia de Almeidas

Las actividades que el Turista realiza en el Municipio de Villapinzón son:

1. Caminatas
2. Paseo Familiar
3. Conocer Lugar
4. Ciclismo
5. Visitar paramos
6. Conocer el nacimiento del rio Bogotá
7. Moto paseo
8. Disfrutar gastronomía

9. Comprar artesanías

Los aspectos positivos que el turista reconoce del municipio de Villapinzón en su estadía son: un municipio tranquilo, de gente amable, acogedor, seguro, con paisajes naturales bonitos, aseado, comida variada y buena atención.

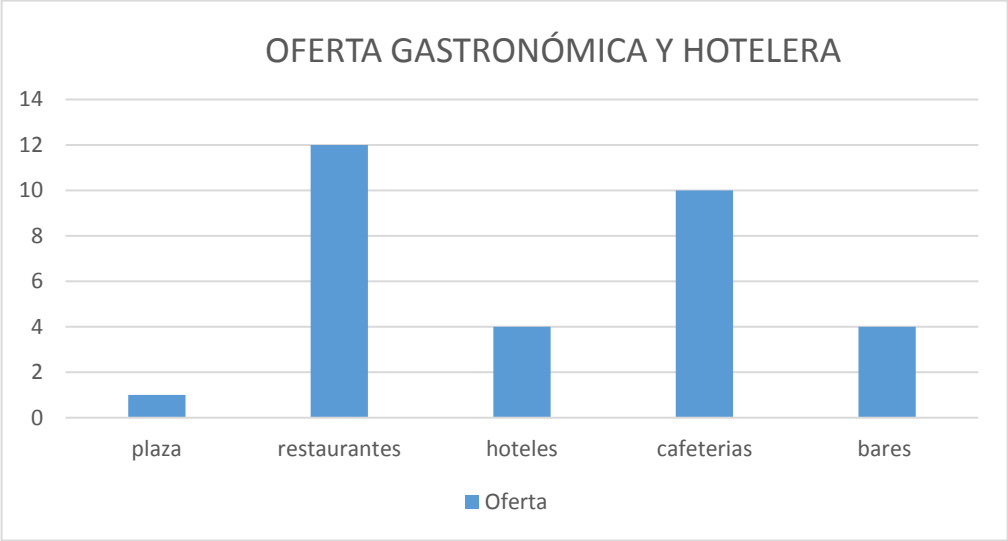
Dentro de los aspectos negativos se encuentran la señalización turística y rutas turísticas dentro y fuera del municipio, el estado de la vía, congestión en el parque, y se mencionó que, aunque la pila es muy bonita no funciona. En este sentido se evidencio que el municipio tiene gran potencial, pero hay factores en los que se debe fortalecer para brindar una mejor experiencia al turista.

8.2.2. Análisis de Oferta

Desde el análisis de la oferta los resultados más relevantes son:

La oferta hotelera de Villapinzón se constituye de 3 hoteles de los cuales 2 están ubicados en el centro del municipio y uno por las afueras del páramo de Guacheneque, el municipio no cuenta con la capacidad de alojamiento para implementar un plan de turismo que incluya pernoctar.

Figura 9. Oferta Gastronómica y Hotelera



Fuente: Datos Estudio del Subsector Turismo Departamento de Cundinamarca: Provincia de Almeidas

En cuanto a la gastronomía existe gran variedad, a saber: productos habituales, tradicionales de la región e innovadores. En la plaza de mercado se ofertan platos típicos como fritanga, sopas de arroz, pasta con menudencias, pata, maíz, entre otras, igualmente cerdo y gallina.

Villapinzón cuenta con restaurantes y asaderos en los que el turista halla almuerzo corriente, ejecutivo y a la carta. Los menús incluyen variedad de carnes, pollo asado, broaster, sudado y arroz chino, entre otros. Lo anterior se ve como una ventaja ya que el turista no tiene la necesidad de desplazarse largas distancias para disfrutar de un plato de comida. También es importante mencionar en este aspecto gastronómico los lugares que ofrecen comidas rápidas, cafeterías, tiendas comunes, bares y heladerías.

Entre la población del municipio de Villapinzón que está relacionada con la oferta turística se manifestó falta de capacitación en aspectos turísticos y en su mayoría no se maneja un segundo idioma, lo que es relevante para la atención de turistas extranjeros. Entre los aspectos que se determinaron como necesarios para el municipio están:

- Implementación de cámaras de seguridad
- Publicidad para el municipio
- Programas de atención al turista
- Curso de manejo de alimentos
- Curso de gastronomía
- Enseñanza en atención y servicio al cliente
- Apoyo de la administración municipal al turismo de la región con inclusión de la población de Villapinzón

8.2.3. Análisis de resultados de la entrevista a la administración municipal:

Villapinzón es un municipio que se dedica principalmente a la ganadería, curtiembre y el cultivo de papa; por sus características climáticas. En cuanto al tema turístico maneja una travesía al Páramo de Guacheneque que está disponible toda la semana con un costo aproximado de $15.000 para niños y $19.000 para adultos, al que en su mayoría asisten colegios y se coordina por medio de la CAR que está a cargo del cuidado de la reserva.

El manejo turístico y de permisos para visitas, e igualmente coordinación d eventos culturales se coordina por parte de la Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria (UMATA), de acuerdo a los resultados de la entrevista realizada, debido a que el municipio no cuenta con casa de la cultura, ni Secretaria de Turismo, donde para el direccionamiento del mismo. Tampoco existe un inventario de artistas

y monumentos, y de otra parte no existe una señalización turística dentro del municipio.

En cuanto a sus festividades se destacan las fiestas religiosas como la fiesta de la Virgen del Carmen, de todos los Santos, entre otras; la fiesta del campesino, día de la mujer y el hombre, las ferias y fiestas propias del municipio que se llevan a cabo en el mes de diciembre, e igualmente se realizan 3 ferias ganaderas.

También se determinó que cada año se realiza un encuentro nacional de danza en el mes de agosto, pero a pesar de tener festividades y algunas actividades turísticas, se evidencia poca formalidad en el sector, y esto hace que fuera de fiestas patronales la afluencia de turistas sea baja.

8.3. CAPÍTULO 3: SUGERENCIA DE UNA ESTRATEGIA TURÍSTICA DESDE LA DEMANDA Y OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Posicionamiento del municipio como referente ecoturístico

Según los resultados, se ha evidencio que el municipio de Villapinzón no cuenta con un sitio formal para atender al turista, lo que hace que el sector pierda acogida. A pesar de que en los planes de desarrollo están planteados programas para el mismo, no se cumplen a cabalidad, sumado a esto existen inconformidades del turista en cuanto a la señalización turística y rutas turísticas dentro y fuera del municipio, el estado de la vía, entre otros enunciados en los resultados de oferta, por ello es importante precisar que aunque el turista reconoce que el municipio de Villapinzón es un municipio tranquilo, de gente amable, acogedor, seguro, con paisajes naturales bonitos, comida variada y buena atención; existe una baja demanda turística.

Según sus características el tipo de turismo que más se adapta para el municipio de Villapinzón es el ecoturismo, ya que este concepto plantea una construcción bajo el esquema de recorrido de una zona o región pretendiendo minorizar el impacto del medio ambiente, se destaca por buscar la conservación de los recursos naturales con los que cuenta una región, pretendiendo al turista una experiencia de observación tanto de la naturaleza como de los atractivos, así como la fotografía, la flora, fauna y la protección de ecosistemas, además del paisajismo.

Por esto e identificado que tanto el nacimiento del río Bogotá, como el Páramo de Guacheneque son los sitios más concurridos y desde el potencial del turismo y la biodiversidad que alberga el páramo y la riqueza del recursos hídrico que llama la atención del turista, por el conjunto de sitios para conocer que lo conforman como: la laguna del mapa, la cueva del oso, el poso de la nutria, entre otros este tipo de turismo es propicio y se puede manejar mediante una estrategia que contempla herramientas apropiadas como:

1. Establecer desde un lugar apropiado para la atención del turista como una oficina de turismo, que cumpla la función de promocionar el páramo y atender al turista que llega el municipio por información así mismo a quien se quiere contactar por otros medios. La adecuación del sitio acarrea una mirada de formalidad y compromiso con el sector;
2. La inclusión de un sendero en el páramo de Guacheneque, que cumpla con los parámetros de accesibilidad y que sea asequible para personas con silla de ruedas; el diseño del sendero debe integrar los atractivos del del páramo y no debe alterar el ecosistema natural;
3. Señalización apropiada en el mismo que indique por ejemplo lagos, montañas, dificultad de accesibilidad, el estado del suelo, y sea informativa en cuanto al lugar donde se encuentra; preferiblemente en dos idiomas (se recomienda español e inglés),
4. Es importante que se diseñe unas recomendaciones para los visitantes sobre las actividades que no se deben hacer en el páramo y los cuidados que se

deben tener; esta información resulta útil al momento del ingreso al páramo con aras de no dañar el entorno y mantener la integridad del turista.

5. Reforzar el apoyo y capacitación periódica a la población municipal, para integrar las ideas de los implicados en los programas ecoturísticos, se realice un trabajo conjunto y ofrezca una experiencia más cómoda al turista; la capacitación es muy importante para llevar a cabo el proceso, la población es el eje central para la puesta en marcha del trabajo; la información que se brinde y las actividades que se realicen deben desarrollar sus actitudes y promover acciones que beneficien al municipio.

El ecoturismo integra el ser respetuoso y responsable con el entorno, educar al turista y/o comunidad, que se interactúe en el medio natural o cultural e histórico y un equilibrio de partes por ello es una alternativa favorecedora para Villapinzón.

Inicialmente el tipo de ecoturismo elegido para la propuesta de estrategia desde la oferta y la demanda es el turismo de naturaleza y atractivos naturales, planteando el senderismo interpretativo, el cual consiste en presenciar el ecosistema endémico del páramo de Guacheneque iniciando por el sitio del nacimiento del río Bogotá, continuando por el pozo de la nutria, la laguna del valle, la cueva del oso y cada uno de los ecosistemas que integran el páramo considerando sus características naturales y el hábitat natural de las especies nativas. Que se plantea por medio de la Alcaldía y la CAR que es el ente regulador y preservador de esta reserva.

Primero se planea que el guardabosque y guía turístico sea quien lleve al grupo de visitantes por el sendero dispuesto para conocer el páramo y que se maneje de acuerdo a una disposición de seis horas para recorrer los sitios que son patrimonio histórico y continuar por el sendero del páramo de Guacheneque, ya que en la actualidad existe un guía local quien tiene conocimientos empíricos y de vivencia más no una formación en turismo, según lo indagado en la entrevista realizada.

“Se procura el agrado y satisfacción para los viajeros, también una experiencia significativa, que los haga más reflexivos de las complicaciones de sostenibilidad

medioambiental, de la importancia en la conservación del entorno, y las prácticas” [65] turísticas sostenibles, acompañadas de la observación de la naturaleza y el senderismo interpretativo buscando crear conciencia al presenciar los hábitats del páramo.

El ecoturismo de naturaleza y atractivos turísticos en su estrategia busca en el municipio disminuir contaminación ambiental, fortalecer el aspecto educativo en la comunidad del municipio y oportunidad de participación de actores.

Para lo anterior se propone la modalidad turística de ecoturismo, desde lo social, económico, y medioambiental, por ello, empezará siendo un viaje a áreas naturales que:

- Favorecen la conservación del Patrimonio Cultural y natural
- Incluyen a la comunidad en su planificación, progreso y acción, contribuyendo así a su bienestar.
- Relacionan el patrimonio natural y cultural del sitio para sus visitantes
- Menguan el impacto ambiental y fortalecen el autocuidado
- Enriquecen la conciencia del respeto por el medio ambiente en la comunidad[66]

De acuerdo al estudio realizado y sus resultados, se propone dentro de la estrategia basada en el ecoturismo de naturaleza y atractivos turísticos, un itinerario de recorrido, con el fin de que el municipio tenga mejor acogida de viajeros y promocione los atractivos naturales, incluidos aquellos que son patrimonio como: la Parroquia San Juan Bautista, la estación de ferrocarril y la plaza de mercado., en conjunto con el páramo de Guacheneque. Esto según las necesidades que se identificaron durante la investigación, la propuesta acoge un plan de sensibilización

[65] Disponible en: https://riuma.uma.es
[66] Disponible en: https://redturs.org

ecoturístico que se compone de un itinerario turístico y programas que se presentan a continuación:

Figura 10. Itinerario turístico sugerido para Villapinzón

ITINERARIO TURISTICO MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN			
HORA APROXIMADA	**ACTIVIDADES**		**Observaciones**
8:00 AM	**LLEGADA**	En este tiempo el turista reconoce el municipio; toma un descanso del viaje en el parque y pasa por la la Parroquia San Juan Bautista; si es de preferencia desayuna en el municipio.	
9:00 AM	**VISITA A OTROS ATRACTIVOS**	Con el acompañamiento de una persona idonea el turista se dirige a la plaza de mercado donde puede apreciar el paso del rio por la misma y conocer la estacion del ferrocarril	se sugiere que mientras se dirigen a estos lugares se de a conocer al turista sobre la importancia del ecoturismo y lo que esta haciendo el municipio respecto al tema
10:00 AM 10:30 AM 11:00 AM	**PARAMO DE GUACHENEQUE**	En el medio de transporte escogido por el turista, (sea: bus, bicicleta, moto u otro) se dirige al Páramo de Guacheneque Al llegar al paramo se ofrece una charla de educacion ambiental donde se sensibiliza y crea conciencia en el turista de la importancia de la naturaleza para la vida misma y lo relevante que es ser amigable con el medio ambiente. Se procede la caminata donde se presta atencion al el ecosistema, se observa la flora y se aprecia desde el nacimiento del Río Bogotá en la laguna del mapa de Colombia, el lago subterráneo, la piedra del oso, el pozo de la nutria y la laguna del valle; haciendo paraje en cada una para su apreciación. En este recorrido se disfruta del aire libre la interacción con el medio ambiente y toda la naturaleza del bello lugar; acompañado del fomento de la conservación.	El turista aprovecha para conocer y disfrutar el paisaje edurante el recorrido. El objetivo es que el turista desde la llegada tenga reflexión sobre lo que se hace por el ecosistema y que es importante cuidar el medio ambiente.(Se incluye instrucción de no alterar el ecosistema ya sea contaminandolo o deforestando). En cada estación de la caminata es relevante fomentar la protección y la conservacion del turista, por ejemplo instruyendolos sobre la flora y la fauna que se encuentra en el páramo, asimilandolo como parte del ecosistema.
1:30 PM	**REGRESO A VILLAPINZÓN**	En el momento del regreso hacia el municipio se hace una reflexión sobre la riqueza hidrica, que se encuentra en el páramo.	
2:00 PM	**ALMUERZO**	El turista puede disfrutar de la variedad gastronomica del municipio.	Es importante orientar al turista sobre los lugaresdonde puede almorzar y que variedad se ofrece.

Fuente: Autor del Proyecto

Como es de notar en el itinerario el turista tiene una experiencia de contacto con el medio ambiente, no obstante, el acompañamiento conlleva la sensibilización por

medio de charlas entre el recorrido las cuales hacen la experiencia más comprometida con la conciencia ecoturística. En cuanto al precio estimado para el itinerario es de 25.000 pesos por persona donde el turista cubre los gastos de alimentación.

Como complemento a lo propuesto anteriormente se propone trabajo con la comunidad de Villapinzón para complementar la estrategia en el sentido del desarrollo de los individuos, con la intención de que los recursos naturales se preserven y que la oferta del sector genere recursos, buscando una mayor permanencia de quienes visitan la zona y desconocen sus atractivos, fortaleciendo la responsabilidad social que se integra en la convicción del sentido de formar y sensibilizar tanto a la oferta como a la demanda, para así promocionar los servicios y fortalecer la prestación del servicio, por ello se plantean las siguientes actividades, así:

- Cada dos semanas las comunidades educativas que son las que más concurren al páramo para conocerlo y reconocer su memoria histórica y cultural, con el apoyo de la administración puedan realizar jornada de limpieza en los alrededores del rio; esto orientado hacia la básica secundaria para promover en ellos un vínculo de protección y mantenimiento al rio siendo participes en su municipio del cuidado del recurso. De la misma manera para los niños de básica primaria actividades lúdicas con mensajes de ecoturismo y cuidado del medio ambiente, que desde pequeños tengan el espíritu de sostenibilidad y retengan esta información para que se vayan formando a ser una comunidad más responsable con el medio ambiente y sus recursos; es la generación que en el futuro va a mantener y cuidar de los recursos del municipio.
- Para la comunidad en general con integración del sector rural promover la reforestación con la siembra de árboles en las riveras y en sus propios predios para que Villapinzón sea más verde cada día no solo en el páramo sino en sus campos. En cuanto a la contaminación producida por las

curtiembres que es una actividad propia del municipio y muchas veces esta contaminación llega al rio diseñar una forma ya sea, de desecho de estos residuos de una manera más consciente o si es posible reutilizarlos para otra actividad acentuándose en no contaminar.

Un aspecto relevante dentro de la propuesta ecoturística es la sugerencia de mejorar la Publicidad**,** por medio de un portafolio de servicios tanto de oferta hotelera, como de atractivos turísticos, para el reconocimiento del municipio ante terceros, esta afirmación soportada en que en la actualidad existe la página web del municipio, pero no cuenta con vínculos interactivos que contengan la suficiente información para quien demanda en el sector del turismo y busca acceder y consultar los atractivos de Villapinzón, lo cual se convierte en una debilidad a la hora de promocionar el ecoturismo como se puede evidenciar en las siguientes imágenes:

Figura 11. Información Turística de Villapinzón

Fuente: Página web municipio de Villapinzón: http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co

La presentación turística se limita al nacimiento del Río Bogotá, donde para obtener la información es necesario ir al botón azul que carga un archivo para descarga formato .pdf (http://villapinzon-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/356162623962323235663438393163 36/pramo-de-guacheneque-ok-1-.pdf) con información de contacto para visitar el páramo de Guacheneque, muchas veces muestra error de carga para el acceso. Esto para el turista se hace molesto y desmotiva la visita al municipio. El desinterés de actualización y la falta de información desde el primer medio de búsqueda o primera ventana de turismo del municipio afecta directamente la intención de hacer turismo en Villapinzón.

Figura 12. Falencias de la Información Turística de Villapinzón

Fuente: Página web municipio de Villapinzón: http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co

Existe falta de información en la página web del municipio, con la referencia – *no tiene información -, en los ítems para el sector de turismo como: Sitios para visitar, Festividades y Directorio Turístico.

Teniendo en cuenta que la publicidad por página web tiene buenas expectativas en cuanto a costo y efectividad se plantea dinamizar y exponer la información necesaria en la página respecto a la presentación turística del mismo; con información veraz, actualizada, fácil de consultar, con imágenes de presentación o referencias turísticas y accesible fácilmente, para que los turistas o clientes potenciales puedan acceder a la indagación en cualquier momento, así, sea dinámico y atractivo desde este sitio web hasta su visita a Villapinzón. Es de resaltar que "el amplio alcance y la exposición de los trabajos de publicidad en línea ofrecen a las empresas una mayor visibilidad y contacto con la audiencia. Las empresas pueden diferenciar su marca en internet con información útil, la interacción positiva para los visitantes de su sitio web y mejorar la comunicación para atraer nuevos clientes y mantiene vigentes los fieles" (IIEMD, s.f.),[67] la publicidad en la página web del municipio de Villapinzón es prácticamente nula, la oportunidad de promocionar el turismo por este medio se está perdiendo.

También para apoyar la estrategia se promoverá la publicidad turística del municipio con fines de mercadeo, por medio de:

- Redes sociales: Esta publicidad debe ser activa, en donde se dé a conocer sitio por sitio con fotos actualizadas e información de interés, que ayude a complementar sus medios de comunicación y la comercialización de los productos o servicios.
- Vías de paso por el municipio: El municipio esta sobre una vía principal y el paso del tren, se puede promocionar con carteles turísticos que se ubiquen

[67] IIEMD. Instituto Internacional Español De Marketing Digital. [en línea]. Disponible en: https://iiemd.com/publicidad-online/la-importancia-de-la-publicidad-en-la-web

en las orillas de la vía con la mayor visibilidad posible, estos dinámicos e informativos que generen una información positiva quien los visualiza. Pueden contener imágenes de los sitios de turismo, festividades y datos que haga interés para entrar al municipio a hacer turismo.

- Señalización desde el centro del municipio: Es importante la señalética como herramienta de comunicación visual para facilitar el acceso de los turistas a la información de cada sitio turístico y su historia; para que el acceso a estos produzca confianza y seguridad.

Villapinzón con esta estrategia se encaminará en temas de ecoturismo hasta su reconocimiento como referente ecoturístico, incluyendo el reconocimiento del territorio, la comunidad y los inventarios que conforman el patrimonio histórico y ambiental del municipio y a la vez su tradición.

Para su respectivo desarrollo es primordial establecer un comité interinstitucional que vele por los lineamientos en lo que a turismo se refiere, tanto de la comunidad, como los actores y fortalecerlo, apoyo de la CAR y la UMATA que son quienes administran el Páramo de Guacheneque, las autorizaciones previas del Ministerio de Comercio, fomentando la calidad del servicio prestado y el control del desarrollo del turismo en el municipio de Villapinzón.

El perfil al cual se enfoca la estrategia es: un individuo que desee interactuar con lo natural, generar un intercambio y conocimiento, tener actitud para aprender y con conocimientos incipientes o previos sobre el municipio de Villapinzón y con disposición para realizar actividades que le conlleven al ecoturismo de naturaleza y de atractivos turísticos, con mentalidad de no impactar el medio ambiente de forma negativa.

Por último, la concordancia de la propuesta se enfatiza de acuerdo a los resultados de la oferta y la demanda y busca con lo enunciado anteriormente el desarrollo del turismo en el municipio de estudio y el fortalecimiento de las fuentes de información

y participación de la comunidad, como alternativa de complemento y fomento de los atractivos caracterizados en la monografía.

9. RECURSOS

Los recursos que fueron utilizados en el desarrollo del proyecto monográfico fueron:

9.1. RECURSOS HUMANOS

Como recurso humano para desarrollar el proyecto, “Estrategia para el fortalecimiento del turismo en el municipio de Villapinzón, Provincia de Almeidas” trabajó la estudiante de Contaduría Pública: Victoria Bernal Farfán.

9.2. RECURSOS TECNICOS

Como recursos técnicos se contó: Un computador de escritorio y cámara fotográfica.

9.3. RECURSOS MATERIALES

Los recursos materiales que se utilizaron: Papelería, bolígrafos, borrador, tabla de soporte e impresiones.

Se Utilizó un bus el cual fue el medio de transporte para el desplazamiento al municipio de Villapinzón provincia de Almeidas, para realizar las encuestas y el diario de campo, se llevaron a cabo tres (03) viajes.

Transporte para acudir a la participación en los seminarios y congresos de la programados por la Universidad.

En última instancia, se realizó un viaje a Chía (Cundinamarca) para presentar ponencia titulada: “ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, PROVINCIA DE ALMEIDAS”.

9.4. RECURSOS FINANCIEROS

Victoria Bernal Farfán dedicó 3 horas diarias para desarrollar el proyecto, para el cual en la semana serian 15 horas.

Valor hora $4.000

Tabla 2. Tiempo estimado para el proyecto

DESCRIPCIÓN	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Victoria Bernal Farfán	17 Días*$4000= $68.000	20 días*$4000= $80.000	20 días*$4000= $80.000
TOTAL	$68.000	$80.000	$80.000

Fuente: Autor del proyecto

Total, de los recursos materiales.

Tabla 3. Recursos materiales

Materiales utilizados: (Papelería, esferos, tablas de apoyo, fotocopias, impresiones, entre otros)	$100.000

Fuente: Autor del proyecto

Desplazamiento al municipio de Villapinzón.

Precio transporte Villapinzón: $50.000

Tabla 4. Recursos Financieros para transporte

	1° VIAJE UBATÉ-VILLAPINZÓN	**2° VIAJE UBATÉ-VILLAPINZÓN**	**3° VIAJE UBATÉ-VILLAPINZÓN**
Victoria Bernal Farfán	$50.000	$50.000	$50.000
TOTAL	$50.000	$50.000	$50.000

Fuente: Autor del proyecto

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 5. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	2017 - 2018		
	2017 ago./ sept/ oct	Abril / Mayo	Agosto / Septiembre
	DIAS	**DIAS**	**DIAS**
Análisis de documentos	20		
Identificación y aplicación de la estrategia		10	
Análisis de resultados		10	
Redacción del informe final dando cuenta del objetivo número tres			12
Entrega informe final			10

Fuente: Autor del proyecto

11. IMPACTO SOCIAL

El impacto social que se genera cuando se trabaja vinculando planeación, publicidad y ecoturismo es que el municipio adquiera el potencial de atraer inversión, aumento de la calidad de vida de sus habitantes, ganar reconocimiento como punto turístico para las demás personas y dar a conocer más allá de las fronteras al municipio.

Entre las ventajas del ecoturismo se puede reconocer su intención de viaje a áreas naturales relativamente sin perturbar, su específico de admirar, disfrutar y estudiar su paisaje, su flora y su fauna silvestres, así como las manifestaciones culturales que allí puedan encontrarse. Este tipo de turismo colabora para que sea sostenible en el tiempo y que trabaje de la mano con su ecosistema; cumpliendo los principios que describe (THE INTERNATIONAL ECOTURISM SOCIETY, 1990 - 2018)[68] así:

Reducción de impacto ambiental y social, fomento de conciencia en pro del ambiente, ofertar experiencias para los viajeros, generar utilidades para fortalecer la responsabilidad social y conservación, integrar comunidad y “aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, cultural y social”. [69]

[68] THE INTERNATIONAL ECOTURISM SOCIETY. Ecoturism (1990 – 2018 [en línea]. Disponible en: http://www.ecotourism.org/
[69] Disponible en: http://www.docplayer,es

12. CONCLUSIONES

Dentro de la oferta turística, por su riqueza en recursos naturales, el turismo que más favorece al municipio de Villapinzón es el ecoturismo que por sus particularidades ofrece al turista experiencia de observación tanto de la naturaleza como de los atractivos, así como la fotografía, la flora, fauna y la protección de ecosistemas. Además, se puede sostener en el tiempo.

Villapinzón es privilegiado en recursos naturales, pero ellos no son reconocidos en otros lugares dada la deficiente promoción turística de estos recursos por parte de la administración del municipio. Es importante resaltar también que Villapinzón tiene una población tranquila y de gente amable, esto actúa a favor en el momento que los turistas deciden visitar el municipio y genera propósito de volver.

Con la caracterización de los sitios turísticos del municipio de Villapinzón se demuestra la riqueza natural del mismo y el potencial que guarda en su territorio para fomentar el turismo.

La falta de formalización del sector turístico en el municipio hace que la demanda de servicios turísticos sea baja y la intención de viaje por parte del turista disminuya.

Villapinzón se distingue sobre otros puntos turísticos por la riqueza de recursos, sin embargo, la capacitación es deficiente en la oferta turística, por ello es importante que se conjugue con la experiencia, lo cual es determinante para la atención al turista.

Para el municipio no es aconsejable diseñar o implementar un turismo donde los visitantes vean la necesidad de pernoctar en él, debido a su falta de infraestructura hotelera.

Al realizar esta monografía se pretende contribuir al municipio de Villapinzón provincia de Almeidas con una estrategia que afiance el turismo, y conlleve al

reconocimiento del inventario y medio natural, desde el ecoturismo; por medio de la investigación sugerir el mejor camino para cumplir este objetivo, teniendo en cuenta que es necesario articular desde la planeación, mejorar la publicidad y fortalecer el ecoturismo en el municipio.

13. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta el proceso de desarrollo del proyecto y lo que se pudo evidenciar se recomienda:

1. Apoyo desde la Administración municipal para el fortalecimiento del turismo, con programas que integren y aporten a la población.
2. Integrar en la planeación municipal metas a corto y largo plazo que sean cumplidas verdaderamente en pro del turismo y el mantenimiento de los recursos propios de este.
3. Mejorar la página municipal para que sea didáctica y tenga la posibilidad de acceder desde está a visualizar las imágenes e información turística sin necesidad de descargar archivos de la misma. Igualmente prestar atención a la información que hace falta en el ítem de turismo.
4. Implementar publicidad de los atractivos turísticos ya sea mediante carteles, folletos o algún tipo de avisos en vías, parques, ferias, fiestas, terminales de transporte o donde haya afluencia de personas de diferentes sitios.
5. Conservar las riquezas naturales para el municipio.
6. Buscar vinculación o alianzas para fomentar el turismo, y/o la colaboración gubernamental o de cámara de comercio.

14. BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA DE VILLAPINZÓN. Sitio Oficial de Villapinzón - Cundinamarca. Fecha Consulta: 29 de septiembre de 2017, de Sitio Oficial de Villapinzón - Cundinamarca: http://www.villapinzon-cundinamarca.gov.co/index.shtml

ANSOFF, I. (1986). La estrategia de la empresa. En H. I. Ansoff, La estrategia de la empresa. España: Orbis.

ARMIJO, Marianela. CEPAL. [en línea]. Disponible en: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf

CASTILLO-PALACIO, Marysol & CASTAÑO-MOLINA, Vladimir. SCIELO. julio de 2015. [en línea]. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017.

CELIZ CORTES, Leidy Jhiordina. Limitantes del turismo en Taropoto, Perú. Revista Vinculando. 2015.

COMBARIZA GONZALEZ, Juliana Andrea. (2012). Universidad Nacional de Colombia. [en línea]. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf

CORTEZ, L. J. (2015). Limitantes del turismo social en Tarapoto, Perú. Revista Vinculando.

CORTIÑAS, Jesús. Concepto de Planificación. Apuntes de Gestión. [en línea]. Disponible en: https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-planificacion/.

DÍEZ SANTO, D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. Obtenido de INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/18097/1/Investigaciones%20Turisticas_01_05.pdf

DINERO. 2017 fue un buen año para el turismo en Colombia. 15 de febrero de 2018. Revista Dinero. [en línea]. Disponible en: https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/balance-de-turismo-en-colombia-en-2017/255323.

DIOCESIS DE ZIPAQUIRÁ . (s.f.). Historia parroquia San Juan Bautista Villapinzón. Obtenido de http://diocesisdezipaquira.org/parroquia-san-juan-bautista-villa-pinzon/

DUIS, Urte. Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. abril de 2006.fecha Consulta:01 de octubre de 2017.Ministerio de Cultura y Turismo. [en línea]. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=66402&name=RISARALDA.pdf&prefijo=file

EQUIPO TÉCNICO UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Plan de Competitividad Almeidas (2011). Cámara de Comercio de Bogotá: [en linea]. Disponible en: https://www.ccb.org.co/.../Planes%20de%20competitividad%20de%20Almeidas.pdf

ESCALONA. Turismo es lo que dicen los empresarios. El Turismo Explicado con Claridad. p. 27. Libros en red.

FURMSNSKI, Alberto. Turismo, la oportunidad de oro para Colombia. 17 de enero de 2018. (N. N. Álvarez, Entrevistador).

GAMBOA RAMÍREZ, Jairo., & RAMÍREZ, Natalia. (2008). Universidad Tecnológica de Pereira. [en línea]. Disponible en: http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/2078

GARCIA LOPEZ, Ramiro Antonio. CDIM ESAP (2007). [en línea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/plan%20de%20desarrollo%20villapinzon%20-%202008%20-%202011.pdf

GARZON SANCHEZ, Hernán Rogelio. CDIM ESAP, 27 de Julio de 2012). [en línea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/villapinzon-pd-2012-2015.pdf

GOMEZ GARCIA, Ana Margoth. Plan de Ordenamiento Territorial Villapinzón. ESAP. [en línea]. Disponible en: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/Documentos%20PDF/5eot%20-%20esquema%20de%20ordenamiento%20territorial%20-%20documento%20resumen%20-%20villapinzon%20-%20cundinamarca%20-%202000.pdf

HERMIDA, Jorge. SERRA, Roberto. & KASTIKA, Enrique. administración y estrategia. teoría y práctica (cuarta edición). 1992.Buenos Aires, Argentina: Macchi.

IIEMD. Instituto Internacional Español De Marketing Digital. [en línea]. Disponible en: https://iiemd.com/publicidad-online/la-importancia-de-la-publicidad-en-la-web

INFOTURISTIC. (20 de 10 de 2012). Información turística. [en línea]. Disponible en: https://infoturistic.wordpress.com/2012/08/20/thomas-cook-pionero-del-turismo/

MELO GARNICA, Gildardo A. VILLAPINZON - CUNDINAMARCA. 14 de junio de 2016. [en línea]. Disponible en: http://villapinzon-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/353965653935306562633761333032 36/villapinzn-acuerdo-plan-desarrollo-2016-2020.pdf

MINTZBERG, Henry. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos.1997. México: Pearson. p. 653.

OBSERVATUR. (s.f.). Observatorio Turístico de Argentina. [en línea]. Disponible en:http://www.observatur.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=70

ONWTO (OMT). Organización Mundial del Turismo. [en línea]. Disponible en: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico.

ONWTO (OMT). Organización Mundial del Turismo. [en línea]. Disponible en: http://www2.unwto.org/es/content/definicion.

REVISTA SEMANA. ¿Colombia podrá ser una potencia turística? En: Publicaciones Semana. Noviembre, 2017.vol 11. p.xx.

REY, Jorge Emilio. Plan de Desarrollo Cundinamarca 2016 - 2020. Gobernación de Cundinamarca. [en línea]. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=lDlW39U

SÁNCHEZ BORJA, L. A. (2014). Diseño de una propuesta de marketing ecoturístico para el municipio de la playa de Belén como destino turístico. Mundo FESC, 10. Obtenido de Diseño de una propuesta de marketing ecoturístico para el municipio de la Playa de Belén como destino turístico.

SANCHO, Amparo. Introducción al Turismo. OMT. [en línea]. Disponible en: //www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

SEMANA. (2017). ¿Colombia podrá ser una potencia turística? Revista Semana.

THE INTERNATIONAL ECOTURISM SOCIETY. Ecoturism (1990 – 2018 [en línea]. Disponible en: http://www.ecotourism.org/

VARONE, Roberto, Turismo responsable para las escuelas. [en línea]. Disponible en: http://www.edualter.org/material/turisme/responsable.pdf. p. 9.

Villapinzón. (s.f.). Banco de la República Actividad Cultural. Recuperado el 29 de 09 de 2017, de http://www.banrepcultural.org

15. ANEXOS

Anexo 1. Entrevista (Características del municipio de Villapinzón)

UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

ENTREVISTA

La entrevista de acuerdo a los temas previstos, busca la contextualización del proyecto que se está realizando, desde los siguientes aspectos:

1. Generalidades del Municipio; (actividad económica, clima, estado de las vías de acceso)
2. Conocer si el municipio cuenta con estrategias de turismo y como se articulan con el plan de desarrollo Departamental y Municipal y que avances llevan estos planes.
3. Identificar los sitios de interés (naturales, arquitectónicos, gastronómicos, hoteles, restaurantes)
4. Listar los eventos, festividades (tradicionales por la alcaldía, privados)
5. Agremiaciones que operan en la zona y si existe apoyo presupuestal a los oferentes turísticos
6. Adicionalmente es importante conocer si existe un Inventario de artistas (censo de artistas residentes y oriundos)
7. Qué tipo de estudios, estadísticas, censos, tienen sobre el turismo
8. Como esta articulado el tema de transito con el turismo, el estado de la señalización y saber cuando fue la última vez que se actualizo, por parte de la secretaria de tránsito.
9. Efectos económicos con respeto a lo que han realizado
10. Indagar de qué forma se podría fomentar el turismo y la forma como el proyecto que se viene desarrollando por parte de la Udec podría beneficiar a este Municipio, a partir de la propuesta de una estrategia que fortalezca económicamente al municipio de estudio, en la provincia de Almeidas.

A tener en cuenta que hay aspectos que desde la observación se pueden recopilar, para soporte: tomar fotografías, hacer videos, grabaciones. Y Un buen análisis del cruce de variables por importancia y sus gráficos.

Mg. JENNY JAZMÍN GÓMEZ MURCIA

Fuente: Gómez Murcia, Jenny Jazmín