

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 7

16.

FECHA | jueves, 30 de enero de 2020

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Tecnología en Gestión Turística y Hotelera

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
REYES DIAZ	JORGE YAMIT	1003650633
CHARRY VARON	JUAN DIEGO	1070624066

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

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



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

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
RICAUARTE OTAVO	ANGELA MARIA

TÍTULO DEL DOCUMENTO
PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE ANAPOIMA CUNDINAMARCA

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
TEGNOLOGO EN GESTION TURISTICA Y HOTELERA

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
30/11/2019	53

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. TURISMO	TOURISM
2. RUTA	ROUTE
3. DISEÑO	DESIGN
4. CULTURA	CULTURE
5. ATRACTIVOS	ATTRACTIONS
6. PLANIFICACION	PLANNING

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

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





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

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

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

La investigación de turismo se maneja en diversas áreas que interactúan con los derechos humanos, la desigualdad social, desarrollo sustentable, patrimonio e incluso políticas culturales. De esta manera, este trabajo de investigación presenta una valoración del patrimonio cultural con el fin de crear una ruta de turismo y su clara metodología.

Lo que se pretende con este proyecto es dar a conocer el municipio por medio de una propuesta del diseño de una ruta turística la cual consiste en ir reconociendo cada uno de los lugares atractivos que sean potencial del municipio resaltando las ventajas de este. También es posible que con la elaboración de este proyecto el municipio adquiera una marca que lo haga ser reconocido más extensamente.

Tourism research is handled in various areas that interact with human rights, social inequality, sustainable development, heritage and even cultural policies. In this way, this research paper presents an assessment of the cultural heritage in order to create a tourism route and its clear methodology.

What is intended with this project is to publicize the municipality through a proposal for the design of a tourist route which consists in recognizing each of the attractive places that are potential of the municipality highlighting the advantages of this. It is also possible that with the development of this project the municipality acquires a brand that makes it more widely recognized.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

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

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

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

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



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 PUBLICACIÓN

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

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte 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.

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

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. PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE ANAPIMA CUNDINAMARCA	TEXTO , IMÁGENES , GRAFICAS
2.	
3.	
4.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
REYES DIAZ JORGE YAMIT	
CHARRY VARON JUAN DIEGO	

21.1-51.20

PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA EN EL
MUNICIPIO DE ANAPOIMA CUNDINAMARCA

JUAN DIEGO CHARRY VARON

JORGE YAMIT REYES DÍAZ

Estudiantes

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y

CONTABLES

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

2019

PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA EN EL
MUNICIPIO DE ANAPOIMA CUNDINAMARCA

JUAN DIEGO CHARRY VARON

JORGE YAMITH REYES DÍAZ

Estudiantes

ANGELA MARÍA RICAURTE OTAVO

Asesora

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y

CONTABLES

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT - 2019

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas del mundo, la actividad turística genera un importante aporte a la economía, inversión, empleos directos e indirectos, aporta al progreso social de países en vía de desarrollo e inyecta inversión nacional y extranjera que a su vez impulsa la infraestructura de la región con la construcción de urbanizaciones y vías de acceso. La investigación de turismo se maneja en diversas áreas que interactúan con los derechos humanos, la desigualdad social, desarrollo sustentable, patrimonio e incluso políticas culturales.

De esta manera, este trabajo de investigación presenta una valoración del patrimonio cultural con el fin de crear una ruta de turismo y su clara metodología.

La importancia de esta investigación radica en varios aspectos del quehacer turístico, del cual resalta como valor principal la organización coherente, clara y con argumentos para la creación de una ruta turística que contribuya a un adecuado recorrido por parte de los visitantes de tal forma que al realizar actividades como parte de su viaje no se vean envueltos en la desinformación que pueda originar riesgos en la satisfacción tanto de necesidades básicas como lúdicas

En la última década Anapoima se ha desarrollado como un emporio turístico, los ajenos del municipio lo prefieren como lugar de descanso por sobre municipios que tienen características similares, lo que hace entrever que Anapoima es un lugar apacible, acogedor y amigable que está disponible para ofrecer una experiencia al turista que le permita relajarse y disfrutar; cuenta con una amplia

infraestructura hotelera, clubes y fincas de recreo que reciben a miles de turistas durante los fines de semana, días festivos y temporadas de vacaciones, posesionándose como uno de los primeros en el centro del país. Lo que se pretende con este proyecto es dar a conocer el municipio por medio de una propuesta del diseño de una ruta turística la cual consiste en ir reconociendo cada uno de los lugares atractivos que sean potencial del municipio resaltando las ventajas de este. También es posible que con la elaboración de este proyecto el municipio adquiera una marca que lo haga ser reconocido más extensamente.

1. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

LINEA Y AREA DE INVESTIGACIÓN

El siguiente trabajo de investigación comprende La línea de Entorno Económico y ambiental del área Económica y las Instituciones.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

¹El Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas (CEPEC) de la Universidad del Rosario con apoyo de la Gobernación de Cundinamarca y la Cámara de Comercio de Bogotá ha elaborado Planes de competitividad para diferentes provincias de Cundinamarca.

En el caso de la provincia del Tequendama se destacan algunos elementos y se contempla que la provincia se posicione como el principal destino de turismo

¹ Procolombia – Turismo extranjero en Colombia.

rural de Cundinamarca y del país. La provincia se ha venido posicionando departamentalmente como uno de los ejes más estratégicos para el turismo principalmente Anapoima y La Mesa. Aunque el turismo no ha sido uno de los principales sectores económicos de la región, se han puesto en marcha una serie atractivos naturales de la Provincia y eso es lo que le ha permitido a la región del Tequendama alcanzar un posicionamiento como destino turístico en el ámbito departamental, principalmente en actividades vinculadas al eco-turismo y turismo de naturaleza. Dentro de los atractivos más importantes de la provincia de Tequendama en Anapoima destacan las aguas medicinales naturales de Santa Ana y Santa Lucía y el alto de La Cruz (San Antonio de Anapoima).

PREGUNTA PROBLEMA

De acuerdo con los planteamientos anteriormente expuestos, se puede plantear el siguiente interrogante para la formulación del problema de esta investigación:

¿Cuáles son los atractivos necesarios para diseñar una ruta turística para la promoción y el desarrollo de la población local del Municipio de Anapoima?

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar la ruta turística del municipio de Anapoima Cundinamarca, a partir de la caracterización de atractivos turísticos para complementar la planificación turística del territorio, como alternativa económica de sus habitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de los recursos y potencialidades turísticas del municipio mediante análisis DOFA, como línea base para la construcción de la Ruta turística en Anapoima.
- Determinar el tamaño, tiempo, distancia y recursos a considerar en la ruta turística del Municipio de Anapoima.
- Diseñar una Ruta turística del municipio de Anapoima.

4. JUSTIFICACIÓN

El Municipio de Anapoima requiere una ruta turística donde se establezcan los diferentes destinos para de esta manera traer la afluencia de turistas. Para esto se debe identificar los potenciales y atractivos turísticos para consolidar una oferta competitiva pero para impulsar toda la oferta turística por medio del desarrollo de una ruta se debe conocer el contexto en el que se encuentra el municipio para explotar así el potencial al máximo y que a su vez este se convierta en bienes y servicios y agentes económicos locales para así contribuir con el crecimiento económico del municipio.

El turismo como industria permite el desarrollo de las regiones y su proceso de mercadeo y promoción debe estar presente como punto prioritario en las agendas y planes de acción de todas las instituciones que participan en el sector, para ello se debe definir cuáles son los puntos importantes para la efectividad de esta labor. (Plata, 2009)

La elaboración de este proyecto básicamente está enfocada en contribuir al mejoramiento del municipio de Anapoima, ya que este es un sitio con alto potencial turístico que aunque es conocido puede tener mayor reconocimiento y esto con la finalidad que se pueda posicionar como uno de los destinos más nombrados y preferidos a nivel regional y nacional.

El potencial natural, histórico y cultural para desarrollo turístico que posee el municipio de Anapoima Cundinamarca no ha alcanzado un reconocimiento a

nivel nacional, una posible causa es la ausencia en la planeación y promoción de los atractivos que posee, es entonces cuando nace la necesidad de crear una caracterización de atractivos que permitan el trazo de una ruta que sea capaz de impulsar a Anapoima y buscar que empiece a ser referencia turística en Cundinamarca. Esta investigación pretende ser una herramienta para la creación de una ruta turística, poniéndola en marcha, incluyendo actividades, bienes y servicios que logren que el turismo sea considerado como una actividad que fomente el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes y promueva la participación de las comunidades locales.

El instituto Departamental de Cultura y Turismo (IDECUT), realizó el diseño de cuatro rutas turísticas para posicionar a Cundinamarca como un destino por excelencia, que son: Ruta del Rio y el Encanto Natural, Ruta de El Dorado, Ruta del Agua, Ruta Dulce y de Aventura. El municipio de Anapoima hace parte de la Ruta del Rio y el Encanto Natural. La cual invita a la contemplación natural alrededor de los ríos Magdalena, Clandaima, Apulo y Sumapaz. Además promover experiencias y actividades por los antiguos caminos reales del Tequendama, orígenes también de la expedición Botánica.²

5. MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

En esta investigación se tratará de buscar diferentes temas para lograr el desarrollo de los propuesto lo cual nos permitirá saber si en verdad, esta información nos ayudara al objetivo que es conocer las potencialidades con las que cuenta este municipio y de qué manera se puede llegar a implementar la propuesta, pero para esto es necesario tener previo conocimiento del municipio de Anapoima Cundinamarca.

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se

² Plan de Desarrollo Turístico “Anapoima, Destino Turístico de Bienestar 2018-2028” Pág. 13

consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería específica permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística.

Por otro lado, es importante definir que es un producto turístico pues últimamente todos los productos turísticos que se están creando a nivel territorial se articulan alrededor del concepto de ruta.

El producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.³

SE DISTINGUEN DOS NIVELES:

1. Producto turístico global o integral: está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
2. Producto turístico a nivel empresarial: es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes.

Antes de exponer los pasos para diseñar una ruta turística es importante resaltar la distinción entre recurso turístico y atractivo turístico. El Recurso reúne los potenciales explotables por el turismo, pero necesita mejoramiento de mediano y largo plazo. El atractivo turístico reúne las condiciones para uso turístico inmediato y que es susceptible de inclusión en el diseño de productos y rutas ⁴

¿Entonces cuáles son los pasos indispensables para diseñar una ruta turística del siglo XXI?

³ ceupe.html- 2019

⁴ Plan de Desarrollo Turístico “Anapoima, Destino Turístico de Bienestar 2018-2028” Pág. 31

1. Realizar un inventario de los recursos turísticos del territorio.
2. Georreferenciar los recursos mediante un sistema de información geográfica.
3. Evaluar las condiciones de mantenimiento y conservación del recurso
4. Catalogar y ordenar la información obtenida de los recursos turísticos.
5. En base al inventario de los recursos, y las potencialidades identificadas, se realizará una propuesta de actuación. Buscando un eje temático, alrededor del cual vamos a vertebrar la ruta.
6. Documentarse en torno al tema del que queremos hablar; analizar las diferentes fuentes de información vinculadas con ese tema, tanto a nivel académico como a nivel de conocimiento local.
7. Decidir cuáles serán los principales recursos y actores a partir de los que articularemos la ruta.
8. Escoger cuáles serán los recursos complementarios.
9. Definir y conceptualizar la ruta, a partir del eje vertebrador que hayamos seleccionado; es decir, vamos a describir la ruta, definir cuáles van a ser los objetivos por los cuales se ha creado, enumerar cuáles van a ser los Recursos y los actores seleccionados y porque motivo.
10. Definir formato y los soportes que vamos a utilizar: qué tipo de lenguaje escrito, lenguaje visual, el logotipo, las fotografías y las ilustraciones, etc.
11. Almacenar toda la información recogida e implementarla en los diferentes soportes para su difusión.⁵

Y sólo a partir de todo este trabajo comienza el siguiente proceso: la creación del producto turístico para ser comercializado.

Los servicios turísticos están asociados directamente a satisfacer la actividad turística, lo cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro que constituyen un conjunto de características para la realización de actividades ajenas a la rutina. De acuerdo a esto lo que se pretende con estas características es aplicarlo de tal manera que se pueda satisfacer la demanda

⁵ Carlos Mera -2016

turística del municipio de Anapoima Cundinamarca Aumentando la afluencia de turistas y que estos sean partícipes de todas las actividades que ofrece el destino. De acuerdo a lo expuesto anteriormente es importante conocer los elementos que componen el mercado turístico.

Elementos de la Oferta Turística

RECURSOS TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> ● Recursos naturales ● Recursos históricos, artísticos y patrimoniales ● Recursos complementarios
INFRAESTRUCTURAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Infraestructura de transporte ● Infraestructura de sanidad ● Infraestructuras culturales, deportivas y de ocio
EMPRESAS TURÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Establecimientos hoteleros ● Apartamentos turísticos ● Alojamientos rurales ● Agencias de viajes ● Restaurantes, bares, cafeterías, etc. ● Oficinas de turismo
TRANSPORTE	<ul style="list-style-type: none"> ● Aéreo, acuático, ferrocarril, carretera

6

MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

A través de la Ley 300 de 1996, el estado colombiano otorga especial protección a la industria del turismo debido a su contribución al desarrollo nacional por su carácter social; dentro de los principios que rige a este sector, se destacan dos de ellos: el de planeación a través del cual manifiesta que las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo, y el de protección al ambiente, el cual recalca que el turismo se desarrollará en armonía con el

⁶ Grafica 1. Basado en (Garcia & Olmos, 2011, pág. 24)

desarrollo sustentable del medio ambiente, lineamientos bajo los que se guiará esta investigación, debido al carácter de la actividad que se propone desarrollar y sobre la que se plantearán acciones que permita la implementación de la Ruta Ley 300. Creó el Fondo de Promoción Turística cuyos recursos se destinarán a la ejecución de los planes y programas de promoción y mercadeo turístico y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico. (Congreso de la Republica, 1996) El artículo 6 de la ley 300 menciona que la dirección estratégica turística, tendrá a su cargo la realización de investigaciones en materia de promoción, mercados y desarrollo de productos de tal manera que aporten al desarrollo turístico del país, además del fomento de la competitividad del sector. (Congreso de la Republica, 1996)

Ley 1558 del 2012. El artículo 21 de esta Ley, modificó la Ley 1101 de 2006, al disponer que “los recursos señalados en el artículo 1 y 8 de la Ley 1101 de 2006, así como los asignados en el Presupuesto Nacional para la infraestructura turística, promoción y la competitividad Turística, y el recaudo del Impuesto al Turismo, formarán parte de los recursos del Fondo de Promoción Turística que en adelante llevará el nombre de Fondo Nacional del Turismo – FONTUR”, en adelante FONTUR. (Congreso de Colombia, 2012, pág. 12)

Política de Promoción y Mercadeo Turístico. Tiene como propósito contribuir al desarrollo de las regiones del país, comprometiendo a los sectores públicos y privados, de tal manera que realicen acciones de mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, promoviendo los destinos turísticos, a través del desarrollo e implementación de actividades y herramientas de promoción turística de alto impacto y eficiencia. Según la política de promoción y mercadeo turístico, en el numeral 3.1 (mercadeo y promoción turística nacional), menciona que las autoridades de regionales, deberán asignar los recursos, destinados por la ley al mercadeo y promoción interna del turismo, de tal manera que genere una cultura turística y sensibilización de los ciudadanos sobre la importancia del turismo. (Mincit, 2009) Uno de los objetivos de la política de promoción y mercadeo turístico es “Lograr un efectivo mercadeo y promoción de los destinos turísticos colombianos, a través del desarrollo e implementación de actividades

y herramientas de promoción turística de alto impacto y eficiencia.” (Mincit, 2009, pág. 9)

Política de Competitividad Turística. Busca mejorar la competitividad turística de Colombia, a través de estrategias conjuntas de gestión que involucren a todos los actores del sector, mejorando las herramientas para el fortalecimiento y sostenibilidad de los atractivos turísticos, optimizando las condiciones de seguridad, higiene, salubridad, de tal forma que mejoren la imagen y la calidad de los destinos turísticos. Según la política de Competitividad turística, uno de los lineamientos es la implementación de programas de señalización de tal manera que se pueda tener un mayor conocimiento acerca de los atractivos turísticos que hay en el país. (Mincit, 2009)

El tercer lineamiento de la política de competitividad turística se refiere a “Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos y destinos turísticos, a través del establecimiento de estrategias coordinadas desde el ámbito nacional y regional, contando con una política específica que recoja todos los lineamientos necesarios para avanzar en esta materia.” (Mincit, 2009, pág. 11)

MARCO GEOGRAFICO

El Municipio de Anapoima está ubicado al sur occidente del Departamento de Cundinamarca, en la zona cálida de la provincia del Tequendama, en las estribaciones bajas del flanco occidental de la cordillera oriental. A mitad del camino entre los altiplanos interandinos del centro - oriente del país (como el cundi-boyacense) y más concretamente entre las frías y fértiles tierras de la Sabana de Bogotá y el valle cálido interandino del río Magdalena (y por implicación con algunos puertos fluviales como Guataquí y Girardot) en un territorio que hoy puede ser considerado como uno de los corredores o de los conglomerados turísticos más importantes del centro del país.

Límites del municipio: Al norte con el Municipio de La Mesa, al sur con los Municipios de Apulo y Viota, al oriente con el Municipio de El Colegio y al occidente con los Municipios de Jerusalén y Quipile.

Extensión total: 124.2 Km²

Altitud de la cabecera municipal: 710 metros sobre el nivel del mar

Temperatura media: 28-35° C

Distancia de referencia: 87 Km a Bogotá



CUNDINAMARCA COLOMBIA ⁷



⁷ GOOGLE IMÁGENES/ Mapas Cundinamarca.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

En este trabajo de investigación se tienen en cuenta los enfoques Descriptivo - Analítico y Cualitativo, con lo que se busca hacer un mejor análisis de la situación en términos turísticos del municipio de Anapoima en el departamento de Cundinamarca con el fin de desarrollar una ruta turística para este destino.

A nivel cualitativo la investigación busca utilizar *“la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”* (Hernández Sampieri, 2010). Y descriptivo-analítico, debido a que se requiere la información tácita del lugar, así como también hacer levantamiento de la información de los recursos turísticos del lugar, que se encuentran en la actualidad en su medio natural.

6.1 ÁREA DE ESTUDIO

Anapoima Cundinamarca se divide en veintiocho sectores veredales, que son: Andalucía, Apicata, Calichana, Circasia, El Cabral, El Consuelo, El Higuierón, El Rosario, El Vergel, Golconda, Guasima, La Chica, La Esmeralda, La Esperanza, Las Mercedes, Lutaima, Palmichera, Panamá, Providencia García, Providencia Mayor, San Antonio, San José, San Judas, Santa Ana, Santa Bárbara, Santa Lucía, San Rafael y Santa Rosa.

7. RECURSOS

7.1 RECURSO HUMANO

NOMBRES	APELLIDOS	FUNCIÓN
Juan Diego	Charry Varón	Estudiante
Jorge Yamit	Reyes Díaz	Estudiante
Ángela María	Ricaurte Otavo	Docente

7.2 RECURSOS INSTITUCIONALES

- Universidad de Cundinamarca
- Programa Tecnología Gestión Turística y Hotelera
- Bancos de trabajos de grado universitarios

7.3 RECURSOS MATERIALES

- Libros, revistas y otros documentos relacionados con administración, talento humano, capacitaciones para el personal, planeación estratégica.
- Computador e impresora
- Servicio de conexión a internet
- Papelería y útiles de oficina
- Memoria USB

8. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta Investigación es de tipo cualitativo y descriptivo-analítico, debido a que se requiere la información tácita del lugar, además de realizar la búsqueda de la información de los recursos turísticos que se encuentran dentro del Municipio; para la consecución de los objetivos se aplicó la siguiente metodología:

9. PLAN DE TRABAJO

Cronograma							
Elaboración y presentación de la propuesta							
Revisión Bibliográfica							
Organización de trabajo de campo							
Análisis de los resultados obtenidos							
Análisis de la información y creación de la matriz DOFA							
Definición de la Ruta							
Definición de la Ruta, tiempo, distancia y recursos en la ruta							
Revisión Final Para Revisión							

10. CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, los recursos turísticos son los factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010).⁸

⁸ Sancho (Citado por Navarro, 2015)

Por otro lado, se entiende por recurso turístico a todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. El Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, estableció una metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos en el año 2010, esta es una herramienta de utilidad que facilita el trabajo a los planificadores del turismo que quieran organizar los recursos que tienen en el territorio. De forma detallada esta metodología hace una clasificación de los bienes y atractivos de uso turístico, los cuales se clasifican en dos grupos: patrimonio cultural y sitios naturales.

Patrimonio Cultural: Se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. Dentro de patrimonio se encuentra las clasificaciones: Patrimonio Material / Patrimonio Inmaterial / Festividades y eventos / Grupos de Especial interés/⁹

Sitios Naturales: Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo.

En la etapa de caracterización y la identificación de la zona, se tomó información principalmente del plan de desarrollo turístico del municipio, pues actualmente no se ha conformado el proyecto de una ruta turística como tal. Sin embargo, se tomó referencia de dos trabajos de grado realizado dentro del programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y contable de la Universidad de Cundinamarca titulados:

1. Propuesta de Caracterización de 2 rutas Eco Turísticas del Municipio la Mesa Cundinamarca realizado por Romero Moreno, Diego Edison; Franco Forero, Edwin Mauricio (2016-08-10).

⁹ (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010)

2. Caracterización del Turista y la Oferta Turística en el Municipio de Anapoima Cundinamarca 2016 realizado por Díaz Urrea, Sandra Patricia; Rueda Delgado, Miguel Fernando (2016-08-12)¹⁰

Referenciados de estos trabajos de grado y apoyados en el conocimiento que nos brinda el plan de desarrollo turístico del municipio de Anapoima Cundinamarca 2018-2020 se obtuvo una caracterización inicial de las veredas y el centro urbano planteado en la población objetivo.

Se caracterizaron noventa y siete (97) recursos y atractivos turísticos dentro del municipio de Anapoima Cundinamarca que se clasificaron de la siguiente manera:

CATEGORÍA	Cant.
Patrimonio Cultural Material	74
Festividades y Eventos	10
Sitios Naturales	8
Patrimonio Cultural Inmaterial	5
TOTAL	97¹¹

Para efectos de este trabajo de investigación solo fueron tomados en cuenta los recursos y atractivos turísticos denominados patrimonio cultural material y Sitios naturales.

Los atractivos identificados son utilizados casi que, en su totalidad por residentes y turistas, no obstante, hay un porcentaje de estos que requieren una inyección de presupuesto que los devuelva a sus características iniciales independientemente de la categoría en que estén, es necesario adecuar cada atractivo para garantizar un buen servicio y supervisar su buen uso.

10.1 IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS

¹⁰ Repositorio/ U Cundinamarca 2019

¹¹ Grafica 2. Autoría propia. Basado en información del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Anapoima.

CENTRO URBANO PARQUE CENTRAL

Parque principal Simón Bolívar
Busto Simón Bolívar
Palacio Municipal
Parroquia Santa Ana
Casa Bahareque Banco de Bogotá
Casa de la Cultura
Salón de Artes Casa de la Cultura
Biblioteca Municipal Hernando Santos Castillo
Camellón Principal Francisco de Paula Santander
Parque Santander
Casa Colonial Restaurado
Casa Bahareque Jericó
Centro cultural y deportivo Enrique Santos Castillo

BARRIO SAN JOSÉ

Plaza de mercado
Polideportivo Julio Cesar Sánchez

BARRIO LIBERIA

Estadio Julio Cesar Sánchez
Capilla Liberia Señor de la Misericordia
Centro de Integración Ciudadana

BARRIO SANTA TERESA

Parque la Bienvenida

Hacienda Santa Teresa

VEREDA SANTA ROSA

Baños Medicinales Santa Lucia
Baños Medicinales Santa Ana
Camino Real Santa Ana
Piscinas medicinales el rancho de fecu
Camino al Rio Bogotá
Piedra con Arte Rupestre 1.
Piedra con Arte Rupestre 2.
Piedra con Arte Rupestre 3.

VEREDA EL CONSUELO

Puente viejo Rio Bogotá
Camino Real Las Delicias

VEREDA LA CHICA

Hacienda La Chica

VEREDA PROVIDENCIA GARCÍA

Puente Rio Bogotá
Tienda Piqueteadero Mi Provincia

VEREDA EL HIGUERÓN

Hacienda el Higuierón

Finca Campestre Alto La Esperanza

VEREDA CIRCASIA

Hacienda Circasia

Puente nuevo Rio Apulo

VEREDA SAN JOSÉ

Hacienda San José de Zocotá

Finca para alquilar de Paintball

VEREDA LA ESMERALDA

Hacienda la Esmeralda

Piqueteadero La Esmeralda

CENTRO POBLADO SAN ANTONIO

Estación del tren

Hacienda San Antonio

Estadio San Antonio

VEREDA LUTAIMA

Puente viejo Rio Apulo

VEREDA LA GUÁSIMA

Vereda la Guasima

Trapiche vereda La Guasima

VEREDA ANDALUCÍA

Finca Cafetera el Pedregal
Piedra de Las Nueve Pilas Finca El Pedregal
Castillo Rumihuaca

VEREDA PANAMÁ

Piedra Bocá
Piedra Ritual Baño
Piedra Exposición al Sol
Piedra El Guardián
Piedra Poceta Para Animales
Piedra Ritual de Danza
Piedra Grande con Cueva y Tallada
Piedra con Arte Ruprestre
Piedra Cueva para Castigos
Piedras Lavadero
Piedras Piscina Natural
Piedra Mirador Los Nevados
Finca el Cerrito
Finca Maloca

VEREDA CALICHANA

Trapiche Jhon Betancur
Trapiche Finca La Playita
Trapiche el Salitre

VEREDA EL CABRAL

Trapiche el Palmar

PARQUE SANTANDER

Pila Alamedia
Árbol Cují

VEREDA SAN JUDAS

Cruz vereda San Judas

VEREDA PALMICHARA

Monumento Cristo Rey de San Antonio

SITIOS NATURALES

BARRIO SANTA TERESA	MIRADOR LAS ABEJAS
Vereda San Judas	Mirador San Judas
Vereda Provincia Mayor	Quebrada La Campos
Vereda Palmichera	Mirador Vereda Palmichera
Vereda Palmichera	Mirador Cristo Rey San Antonio
Vereda Panamá	Mirador los Nevados

RIOS

Vereda Circacia	Rio Apulo
Vereda Golconda	Rio Calandaima

FESTIVALES

Festival Gastronómico	Anapoima Clima Turística
Encuentro nacional de danzas folclóricas	Danzando con el sol
Clásica nacional de ciclismo	Ciudad de Anapoima
Fines de semanas	Cultura al parque
Festival turístico	Patio Bonito

Festival turístico	San Antonio
Aniversario de Anapoima	Anapoima
Carrera atlética	Anapoima Clima Turística
Concurso nacional de bandas musicales	Pedro Ignacio Castro Perilla
Peregrinación de viernes santo	Mirador de la cruz y cristo rey

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Artesanías Anacrearte
Piquete gallina criolla
Producción de panela
Fritanga
Producción de café

11. TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

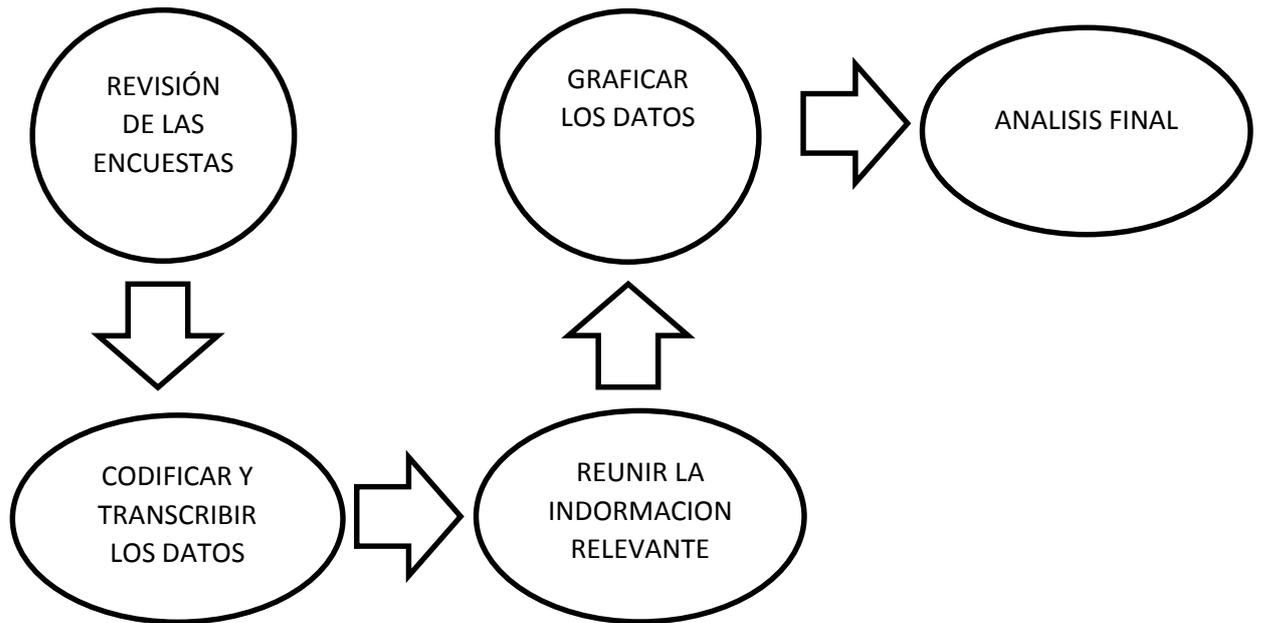
Este estudio es de carácter descriptivo – analítico, ya que por medio de una encuesta se obtiene información sobre el sector turístico en la zona de estudio de la investigación.

12. POBLACIÓN Y MUESTRA

El tipo de muestreo que se utilizó en la realización de este trabajo fue muestreo aleatorio simple con un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %.

De acuerdo a la población del municipio de Anapoima (13 312 habitantes) el total de encuestas a realizar es de 374

13. ANÁLISIS DE DATOS



Para el análisis de los datos recolectados se utilizará un proceso en el cual se inicia con la revisión de los cuestionarios luego Codificar y Transcribir Datos para reunir la información relevante para esta investigación, de manera que se pueda realizar un proceso de tabulación, y por último punto se transcribirá, el cual consiste en realizar el análisis final de los datos.

14. DISEÑO DE LA ENCUESTA

La encuesta: Cuestionario estructurado y organizado que garantiza la recolección de información de forma homogénea, la cual es entregada a un grupo de individuos o encuestados¹².



Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de grado en el municipio de Anapoima Cundinamarca. Con la realización de ésta usted autoriza el uso de la información brindada para ser materia de estudio.

CUESTIONARIO DE PERCPECIÓN

Nombre _____ Edad _____ Nacionalidad _____

1. Por orden de importancia enumere los motivos principales de su estancia en el municipio de Anapoima Cundinamarca, siendo (7) el más importante y (1) el menos importante.

Descanso o placer
 Diversión
 Negocios
 Compras
 Estudio
 Visita a familiares
 Vive allí

2. por orden de importancia enumere los factores adicionales que lo influyeron para venir al municipio de Anapoima de Cundinamarca. Siendo (8) el más importante y (1) el menos importante.

Recomendación
 Conocimientos previos
 Cercanía del lugar de origen
 Precios
 Diversidad de actividades
 Visita a familiares o amigos
 Trabajo
 Otro

3. ¿Qué atractivos turísticos ha identificado dentro del municipio?

¹² (Molina & Esteban Talaya, 2014)

4. ¿Conoce el estado en el que se encuentran esos atractivos turísticos que identificó?
Sí ___ No ___

5. ¿Con que frecuencia usted y sus amigos o familiares salen a recorrer los atractivos turísticos del municipio de Anapoima Cundinamarca?

- ___ Una vez a la semana
- ___ Una vez al mes
- ___ Una vez al año
- ___ Nunca

6. ¿Estaría dispuesto a impulsar el sector turismo desde el área donde usted se desempeña ya sea como habitante del municipio o turista del mismo?

Si ___ No ___

Porque _____

7. ¿Ha identificado alguna ruta turística dentro del municipio de Anapoima?

Si ___ No ___

8. ¿Apoyaría la creación de una nueva ruta turística por el municipio que impulse el turismo dentro y fuera del departamento?

Si ___ No ___

9. ¿Cree que el municipio de Anapoima se debe asociar con otros municipios cercanos como La Mesa, o Viota para crear una oferta turística más grande?

Si ___ No ___

10. ¿Considera que los sitios turísticos del municipio brindan seguridad para los habitantes y para los turistas?

Si ___ No ___

Porque _____

15. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Etapa I Recopilación de Antecedentes Bibliográficos (Fuentes de Información Secundaria): En esta etapa se realizó una revisión bibliográfica que aportará al objetivo de esta investigación, por ejemplo (Planes de desarrollo turístico, tesis relacionadas con el objeto del estudio, antecedentes históricos, aspectos teóricos del turismo, páginas Web, entre otros.)

Etapa II Recopilación de Información en el área (Fuentes de Información Primaria): se Identificó la oferta turística actual del municipio, por ejemplo (atractivos turísticos, festividades, infraestructura turística y apoyo al sector).

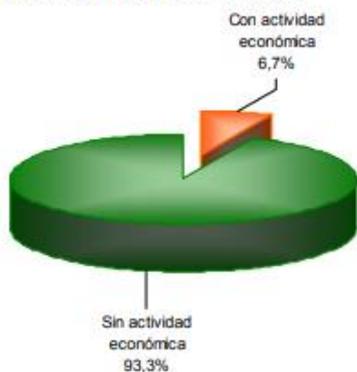
Etapa III Análisis DOFA: Utilizando la información obtenida de los antecedentes bibliográficos y del trabajo de campo se analizaron las fortalezas y debilidades, con el objetivo de conocer la situación actual de la actividad turística y la percepción de turistas y habitantes del municipio de Anapoima Cundinamarca.

Etapa IV Diseño y Estructuración de la Ruta Turística: Identificación de la infraestructura y equipamiento para la puesta en funcionamiento de la ruta turística en el Municipio, la ruta estará definida en cuanto al tiempo en ruta, tiempo de visita, paradas y atractivos propios de la ruta considerando las siguientes fases para determinar la ruta o circuito turístico:

- Fase 1 Determinación de los Objetivos que harán parte de la ruta
- Fase 2 Bosquejo donde se incluyan dichos lugares
- Fase 3 Diseño de la Ruta

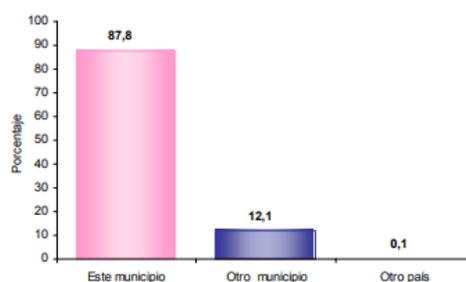
16. ASPECTOS SOCIALES

Hogares con actividad económica.



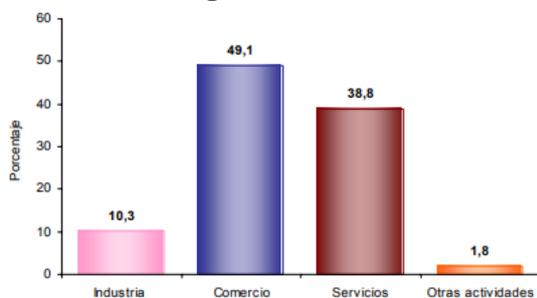
El 6,7% de los hogares de Anapoima tienen actividad económica en sus viviendas.

Residencia de 5 años antes (población de 5 años o más)



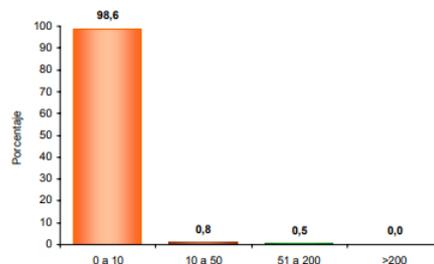
El 12,1% de la población mayor de 4 años residente actualmente en Anapoima procede de otro municipio y el 0,1% de otro país.

Establecimientos según actividad

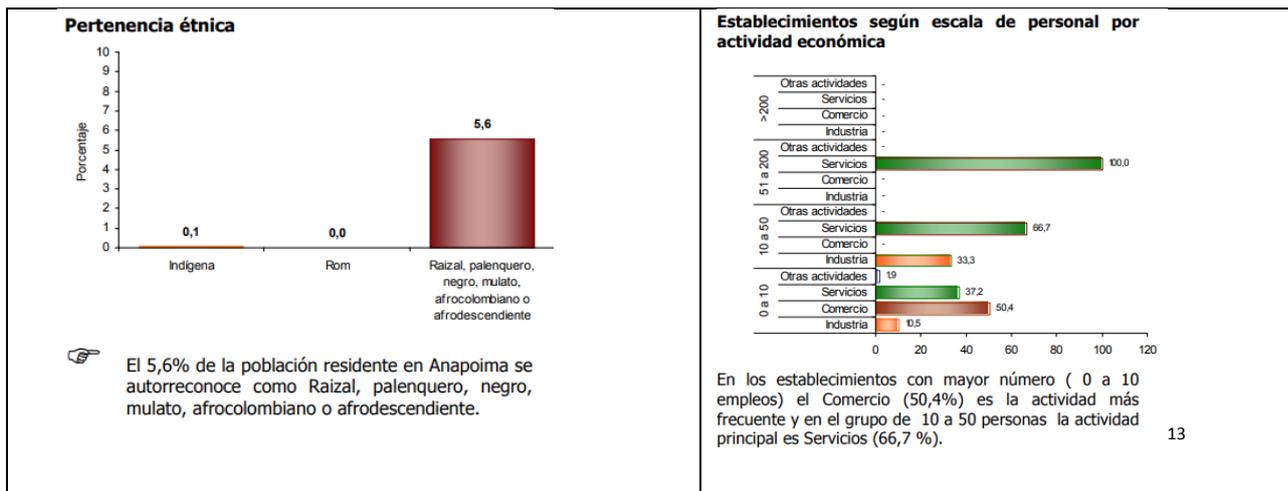


El 10,3% de los establecimientos se dedican a la industria; el 49,1% a comercio; el 38,8% a servicios y el 1,8% a otra actividad.

Establecimientos según escala de personas ocupadas el mes anterior al censo



El 98,6% de los establecimientos ocupó entre 1 y 10 empleos el mes anterior al censo.

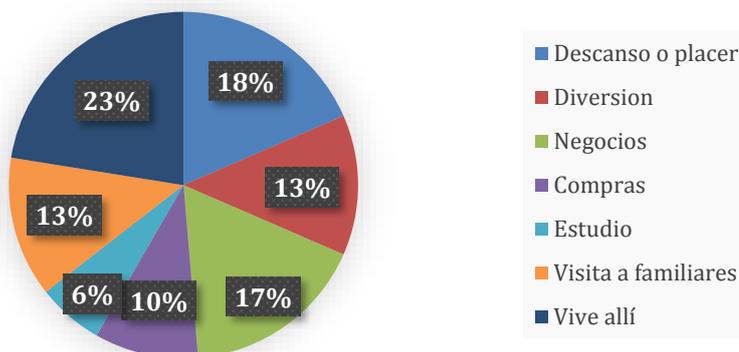


17. ANALISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS

De acuerdo a lo que se planteó en la fase diagnóstica, se llevaron a cabo los puntos, para obtener los resultados de los objetivos específicos planteados al inicio de este proyecto. Mediante una calculadora de muestras de google fue posible conocer la muestra a la que se debía aplicar la encuesta según el número de la población del municipio, en este caso arrojo 374 encuestas. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos se aplicaron a turistas y habitantes de la zona mediante una encuesta de diez preguntas donde se obtuvo la siguiente información:

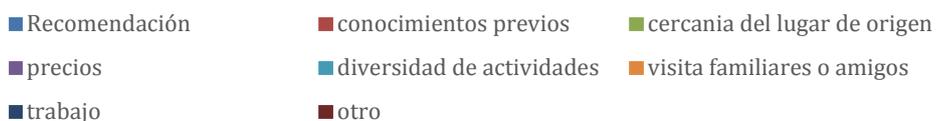
¹³ DANE, boletín censo general - Perfil Anapoima Cundinamarca.- consultado 2019.

PREGUNTA 1



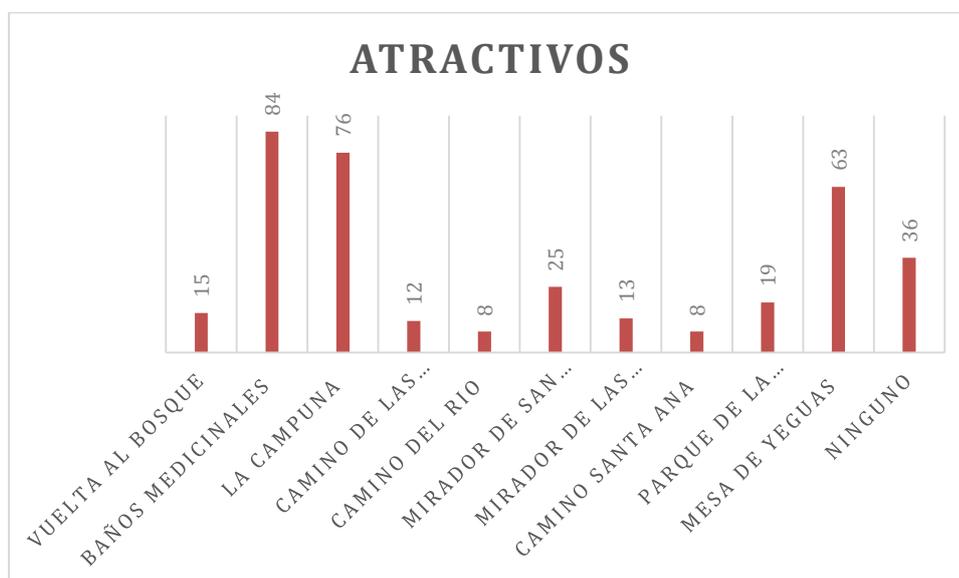
De acuerdo a la pregunta 1 los encuestados revelaron que los motivos principales de su estancia en el municipio se debe a que sus viviendas se encuentran dentro del municipio y allí residen, el segundo motivo principal es el descanso o placer mayormente en fines de semana y festividades en el año. Con menos valor en la escala de calificación se encuentran el estudio y las compras. Esto puede ser consecuencia de la poca oferta educativa que hay dentro del municipio y en cuanto a las compras, referente a supermercados la oferta está entre almacenes como Colsubsidio, Ara, entre otros sin embargo los pequeños comerciantes también tienen participación en el mercado.

PREGUNTA 2



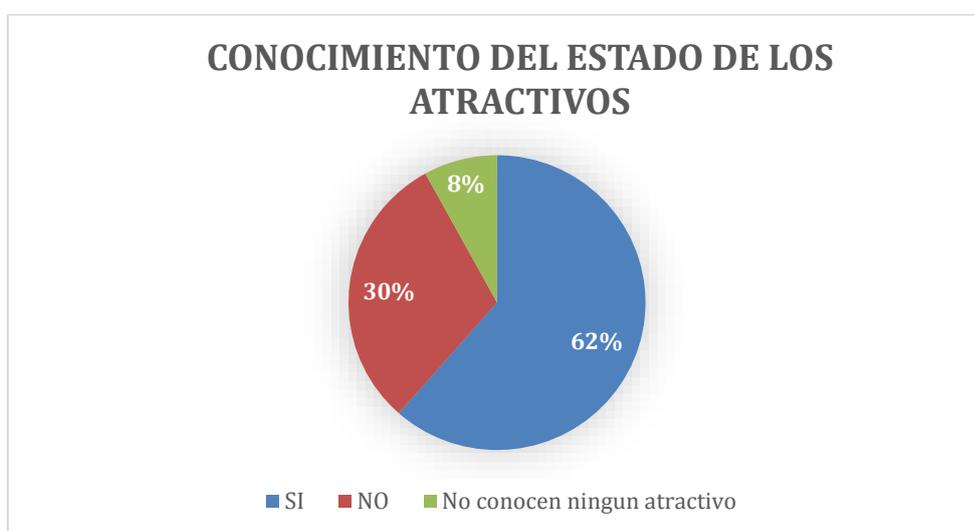
El análisis de datos en la pregunta dos, da como resultado que el factor adicional que influye en la estancia en Anapoima es la recomendación, esta puede ser por medio de redes sociales, televisión y el mejor y más usado; el voz a voz. Siguiendo a este se encuentra con más puntaje la opción de conocimientos previos, esto puede darse debido a que hay muchas familias antiguas dentro del municipio cuyos familiares visitan con regularidad, lo que hace que el municipio empiece a tener popularidad en las generaciones longevas y en las jóvenes. El porcentaje más bajo lo obtuvo la diversidad de actividades, probablemente por desconocimiento de las actividades y espacios culturales que el municipio ofrece y además a la poca inversión que se le da a este tipo de atractivos turísticos potenciales.

PREGUNTA 3



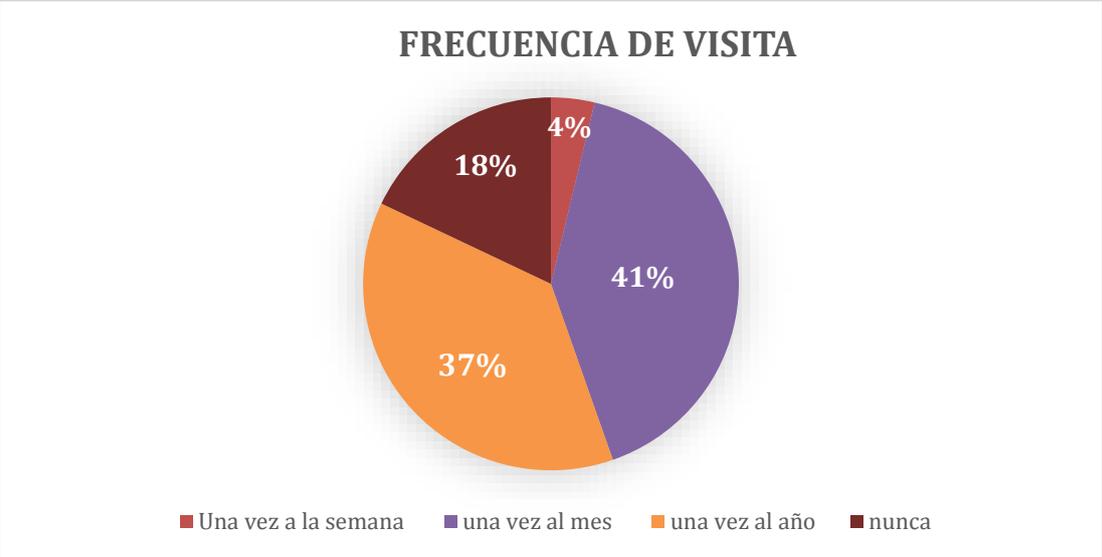
En la pregunta tres de la encuesta, los atractivos que tienen más reconocimiento son: los baños medicinales, la campuna y mesa de yeguas. En entrevista con las personas encuestadas fue posible identificar que estos atractivos son conocidos en algunos casos por el posicionamiento que tienen en el mercado turístico, como el caso de mesa de yeguas que ha ganado gran reconocimiento en un periodo más o menos corto de tiempo, por otro lado la publicidad voz a voz le ha generado un lugar a los baños medicinales y la campuna entre los sitios más visitados y buscados por los turistas y residentes.

PREGUNTA 4



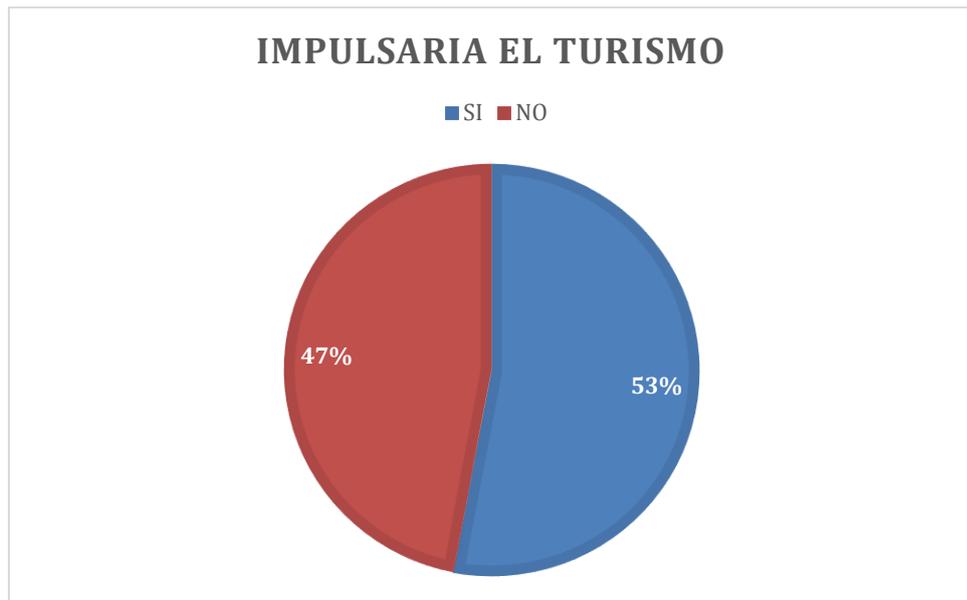
La pregunta número cuatro buscaba determinar que conocimiento tienen los residentes del municipio y algunos turistas sobre el estado de los sitios turísticos que visitan frecuentemente. La respuesta fue positiva con un porcentaje superior a la mitad de la población encuestada. Lo que destaca es que aunque en entrevista algunas personas confesaron no haber visitado algunos de los lugares, si conocen el estado en que se encuentran, entonces cabe estacar que nuevamente la comunicación voz a voz logra su cometido al informar y alcanzar en conocimiento a toda la población.

PREGUNTA 5



En este caso, la pregunta cinco reveló que la visita a los lugares turísticos no es muy frecuente, por el contrario. En visita con los encuestados expresaron que los viajes a estos lugares los hacen solo en época de festividades como receso de clases, o época navideña. Es decir una o dos veces en el año. Según la información recolectada, aunque les agrada el municipio, su clima y lo que les puede ofrecer, tienen una rutina diaria que cumplir por lo que se dificulta hacer frecuentes estas salidas que les ocupan todo un día completo.

PREGUNTA 6

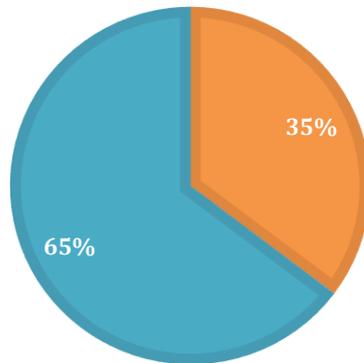


La gráfica de la pregunta cinco, es muy paralela pues la diferencia entre el sí y el no ocupa menos del 10%. La respuesta a esta pregunta obtuvo una división muy reñida entre si impulsaría o no el turismo desde el área de desempeño, en el caso de los turistas; hablando bien del municipio, recomendándolo con sus cercanos, y virilizándolo en redes. En el caso de los residentes: adoptando un comportamiento ejemplar dentro del municipio, de cultura y respeto, además promocionándolo en caso de viajar fuera de él. Muchos de los encuestados, respondieron afirmativamente a esta preguntando, asegurando que están agradecidos con lo que les ha ofrecido el municipio, no obstante muchos encuestados también aseguraron que estas propuestas son las obligaciones de una secretaria de turismo, así que no está entre sus deberes hacer gestión y promoción del turismo.

PREGUNTA 7

CONOCE ALGUNA RUTA TURÍSTICA

■ SI ■ NO

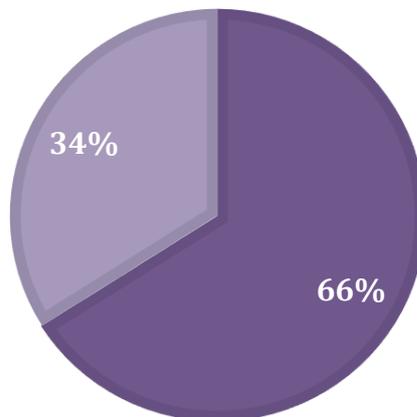


La pregunta siete está enfocada directamente en el desarrollo de este proyecto. Al llegar a esta pregunta los encuestados dudaron un poco pues al parecer no conocen rutas turísticas conformadas. Conocen senderos y caminos cortos a los destinos. Pero la definición de ruta no está clara. La diferenciación en este caso si supera el 50% negativamente, pues ni residentes propios ni turistas tienen pleno conocimiento de una ruta turística.

PREGUNTA 8

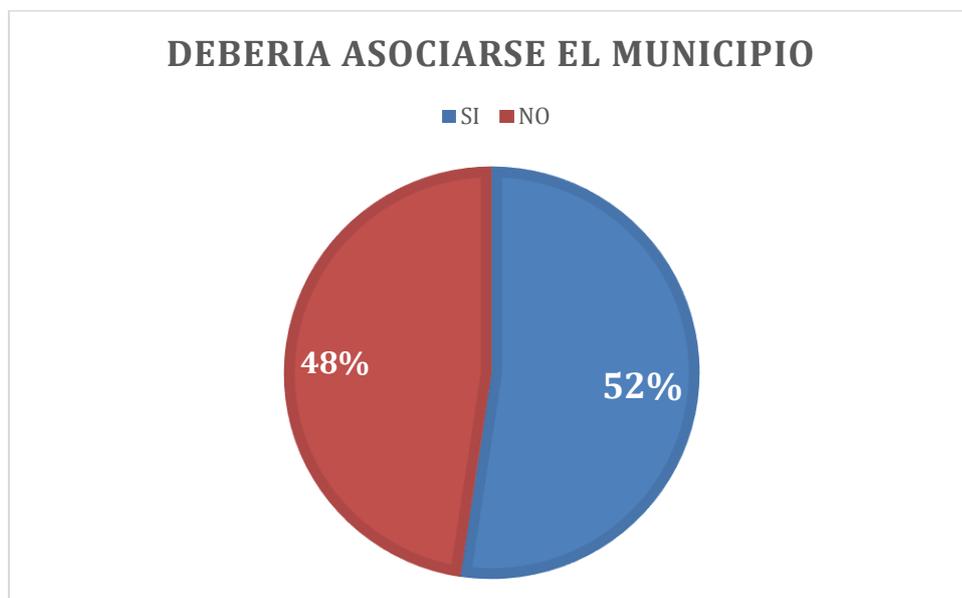
APOYARIA CREAR UNA RUTA TURÍSTICA

■ SI ■ NO



La pregunta ocho de la encuesta arrojó información sumamente importante para lograr conocer la posición de un porcentaje de los encuestados. Antes el interrogante de si apoyaría o no la creación de una ruta turística, aunque el 66% respondió afirmativamente, lo curioso es como casi el 35% de los encuestados respondieron que no, aunque ya se había explicado el beneficio que la creación de esta traería consigo. Los encuestados entre residentes y visitantes respondieron que no lo querían pues para algunos de ellos el municipio está bien como esta, si logra más promoción se va a "congestionar" y ya no va a ser tan apacible para vivir. Por otro lado otras personas indicaron que si solo con el porcentaje de visitas que reciben los sitios turísticos se ven afectados, las calles y demás. Qué pasaría si se forma un turismo masivo?. Para ellos, este acabaría con su patrimonio.

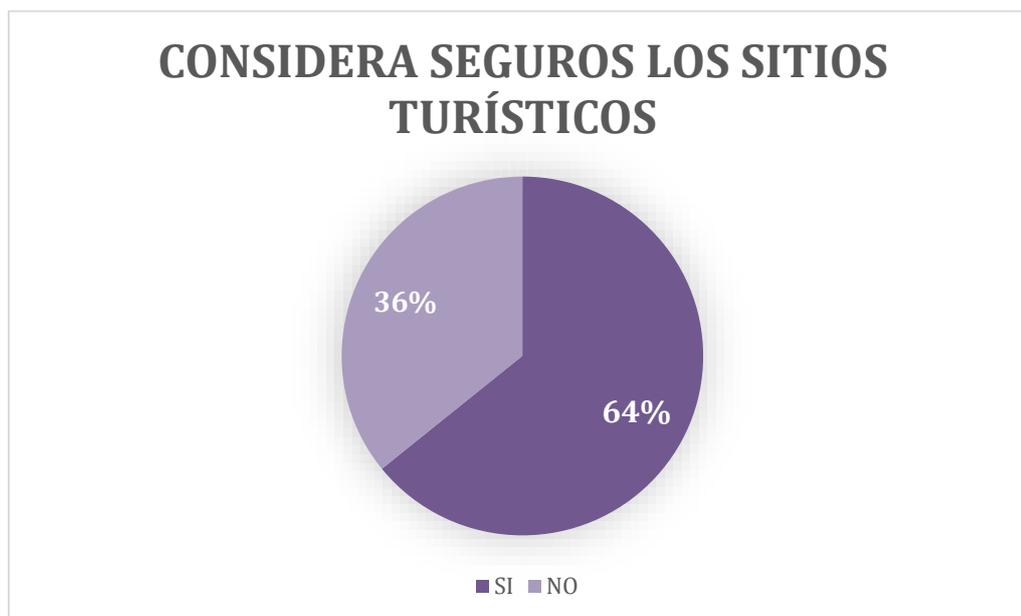
PREGUNTA 9



La pregunta nueve, también formo un resultado similar a la pregunta seis, donde se ven los valores muy similares en apoyo y desacuerdo con la expectativa si se debe o no crear una asociación con otros municipios para ampliar la oferta. Aquí ocurre algo similar a la pregunta anterior, la gente entrevistada se propuso temerosa ante una sociedad entre municipios por opiniones muy divididas. Pues por un lado si se hace entonces a través de la popularidad de los municipios cercanos va a aumentar la visita turística lo que aterra a algunos habitantes y propietarios pues al parecer el turismo en

masa no es lo que buscan. Por otro lado algunos encuestados manifestaron que con gran lucha Anapoima logro ganarse una posición en el mercado y sería injusto para ellos ahora que otros municipios poco reconocidos se cuelguen de esa posición.

PREGUNTA 10



La pregunta diez de la encuesta quiso cortar el tema de rutas turísticas e ir directamente al factor dominante en la prestación de un servicio turístico.

La seguridad que es tan valiosa por estos días obtuvo respuestas muy positivas pues las personas manifestaron que a eso se debe que no quieren la presencia de más personas dentro del municipio. Pues será más difícil garantizar seguridad para todos. Por otro lado los que respondieron negativamente a la pregunta coinciden en decir que falta más presencia en los senderos turísticos además de algunos móviles patrulleros que los hagan sentir seguros recorriendo las calles.

18. ANÁLISIS DOFA, COMO LÍNEA BASE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA EN ANAPOIMA.

A partir del análisis DOFA se realiza un contexto interno en el que se manifiestan el desaprovechamiento de los recursos, la escasa visión empresarial por un lado y por el otro la ilegalidad de la operación, la deficiente infraestructura, falta de estructura de la cadena productiva y la poca sensibilización de los pobladores y capacitación, además de otros. También desde el contexto externo manifiestan amenazas tales como, no lograr el reconocimiento del municipio de Anapoima Cundinamarca como destino turístico con sostenibilidad y responsabilidad turística, así como el uso sostenible de los escenarios turísticos por donde se desarrolle la ruta turística.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Baja apropiación del turismo en sectores educativos, comunidades residentes y propietarios de lugares con potencial turístico.	Posicionamiento en el mercado turístico a nivel departamental
Baja promoción de atractivos turísticos a nivel regional y nacional.	Tendencia creciente en la industria turística en el país
Déficit de espacios públicos	Reconocimiento por su clima, apacibilidad, aguas medicinales, entre otras.
Desconocimiento de atractivos turísticos	Cercanía a la capital del país
Situaciones de inseguridad en algunas zonas	Aumento de visita de extranjeros
Bajo rendimiento en los servicios públicos, agua, luz y saneamiento básico	El municipio de Anapoima hace parte del programa Ciudades Emblemáticas de FINDETER
Mal estado de las vías	Construcción del tercer carril en la vía que comunica a Bogotá
Inseguridad en algunas zonas	
Poca conservación de senderos turísticos	

<p>Falta de cultura ciudadana en la protección de los atractivos</p> <p>Poca asociación entre los prestadores de servicios turísticos</p> <p>Variabilidad de precios en temporadas altas y mal servicio al cliente.</p>	
---	--

FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>Presencia de arte rupestre</p> <p>Ubicación estratégica entre Bogotá y Girardot</p> <p>Atractivos potenciales para explotar</p> <p>Presencia de aguas naturales y medicinales</p> <p>Variedad de lugares de descanso</p> <p>Punto de información turística con reconocimiento a nivel nacional hasta el 2017</p> <p>Gran riqueza ambiental, agrícola y ecológica.</p>	<p>Inseguridad y problemas de orden publico</p> <p>Derrumbes en las vías</p> <p>Cambio climático</p> <p>Deterioro del patrimonio material mueble e inmueble</p> <p>Municipios cercanos con productos turísticos más consolidados</p>

19. RUTAS TURÍSTICAS

Como objetivo de este trabajo de grado, se propone el diseño de una ruta turística para el municipio de Anapoima Cundinamarca; por esta misma razón es necesario identificar el concepto; las rutas turísticas están basadas en un recorrido que se da a conocer con anterioridad al visitante, ofreciéndole a este una orientación sobre las actividades que podrá realizar en el sitio. Las rutas están compuestas por una serie de elementos complementarios: alojamiento, alimentación, transporte, entre otras, que se ofrecen al visitante; implica un recorrido que presenta la mejor relación costo-beneficio entre puntos geográficos definidos con actividades diarias programadas, que se convierte también en una herramienta de socialización, entre el viajero y el entorno que conoce¹⁴.

Para realizar el diseño de una ruta turística, los expertos se fundamentan en metodologías que analizan el contexto geográfico, sociodemográfico, la existencia de grupos étnicos en la región --costumbres y tradiciones--.

De acuerdo con esto entonces para conformar el diseño de una ruta turística se deben seguir los siguientes pasos:

- Elegir un lugar adecuado para desarrollar la ruta teniendo en cuenta el POT
- Realizar un inventario de los recursos del lugar
- Definir el largo del recorrido y seleccionar del inventario los sitios que harán parte de la ruta.
- Hacer mapas que permitan visualizar el recorrido, trazar el recorrido y determinar el tiempo.
- Construcción del itinerario, realizar la señalización correspondiente en el lugar.
- Modalidad de utilización de guía por un experto de la zona
- Velar siempre por la seguridad del visitante, controlar los posibles impactos negativos en el recurso y su desgaste, así como mantener los recursos en buen estado.
- Evaluación de la Ruta y el impacto que se genera en el entorno¹⁵

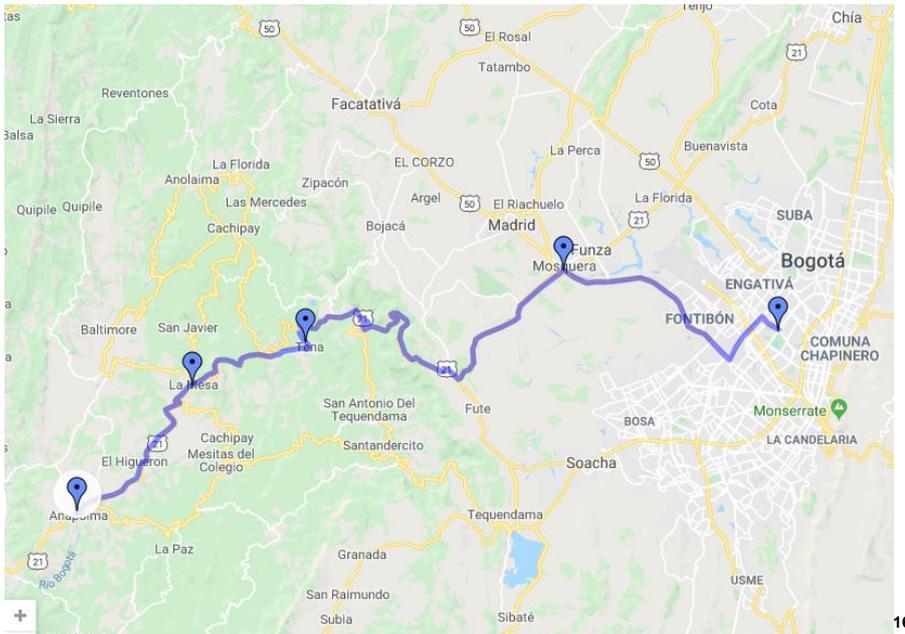
¹⁴ Egrejas, Bursztyn, & Bartholo, 2013.

¹⁵ Tovar & Castillo, 2013

20. VIAS DE ACCESO

Para llegar hasta el municipio de Anapoima Cundinamarca se encuentra la vía de acceso terrestre, conocida como la ruta del valle del Tequendama (Bogotá – La Mesa – Girardot) por una de las mejores vías del occidente, y se encuentra a 87 km de Bogotá. A un tiempo aproximado de 2 Horas.

Ilustración I Vía de acceso al Municipio de Anapoima



Adicional a la ruta del Valle del Tequendama encontramos la Vía que conduce por Soacha – Salto del Tequendama – Mesitas del Colegio – El Triunfo; desviamos a la derecha y aproximadamente en 25 minutos encontramos el casco urbano del municipio. Estas vías se encuentran totalmente pavimentadas

21. DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DE LA RUTA

¹⁶ Fuente: Google Maps

21.1 TEMÁTICA DE LA RUTA

Se proyecta desarrollar una ruta que tiene como temática primordial el desarrollo de actividades de ecoturismo, incluyendo los senderos y atractivos naturales con que cuenta el municipio y que se tienen un gran potencial. También se busca contar con el apoyo de los prestadores de servicios ya constituidos que ofrecen el servicio de alojamiento y alimentación. Cabe resaltar que además del trazo de la ruta, también se pretende complementarla con actividades que realcen la cultura de la comunidad las artesanías y todo lo que identifique el patrimonio del municipio.

21.2 TIPO DE RUTA

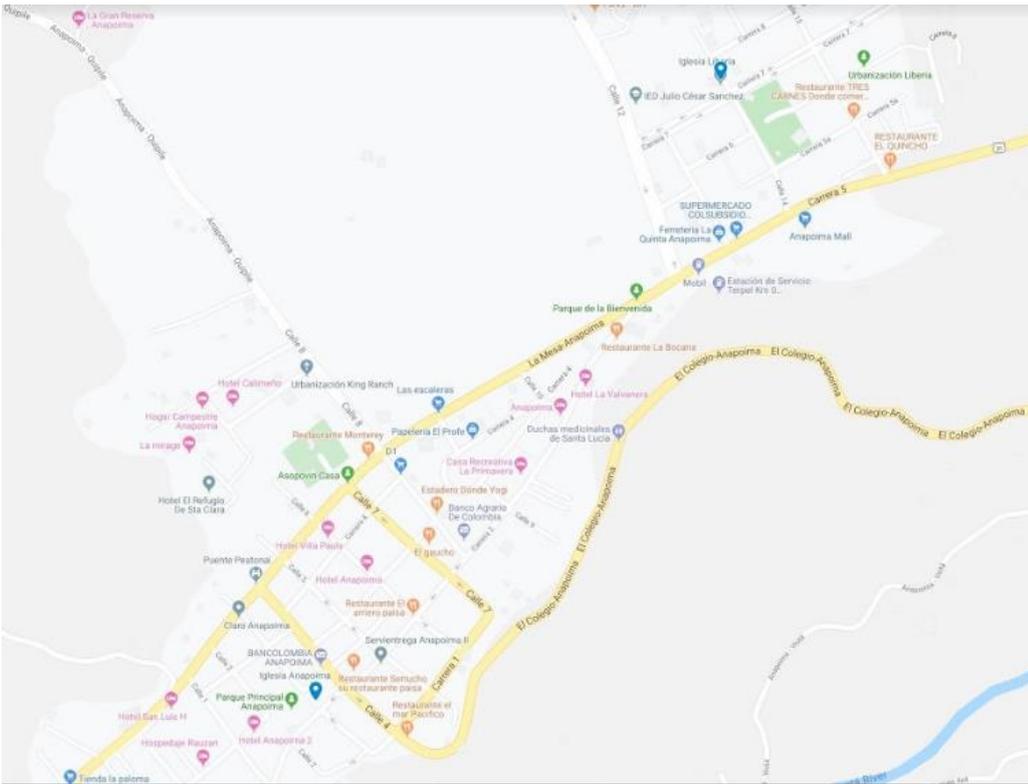
La ruta debe ser guiada por agentes locales los cuales deben contar con una titulación y capacitación en el campo de guianza turística con el fin de ofrecer un servicio de calidad, aparte complementar el servicio con material didáctico que oriente sobre los atractivos y las actividades que se desarrollaran durante la ruta; también se hace necesario contar con un centro de información al inicio de la ruta para que el turista pueda informarse de datos como tiempo del recorrido, medida de esfuerzo y ubicación exacta, así como también la instalación de señalizaciones y posters informativos que sirvan de guía.

21.3 AREA GEOGRÁFICA

La ruta cubre una superficie, en la cual se abarcan todos los atractivos naturales que se inventariaron, visitando el centro urbano, restaurantes locales, y observación de flora y fauna que se encuentre en el recorrido.

21.4 PERIODO DE FUNCIONAMIENTO DE LA RUTA

La ruta turística del municipio de Anapoima se proyecta para funcionar durante los meses de mayo a diciembre, debido a que las condiciones climáticas así lo



18

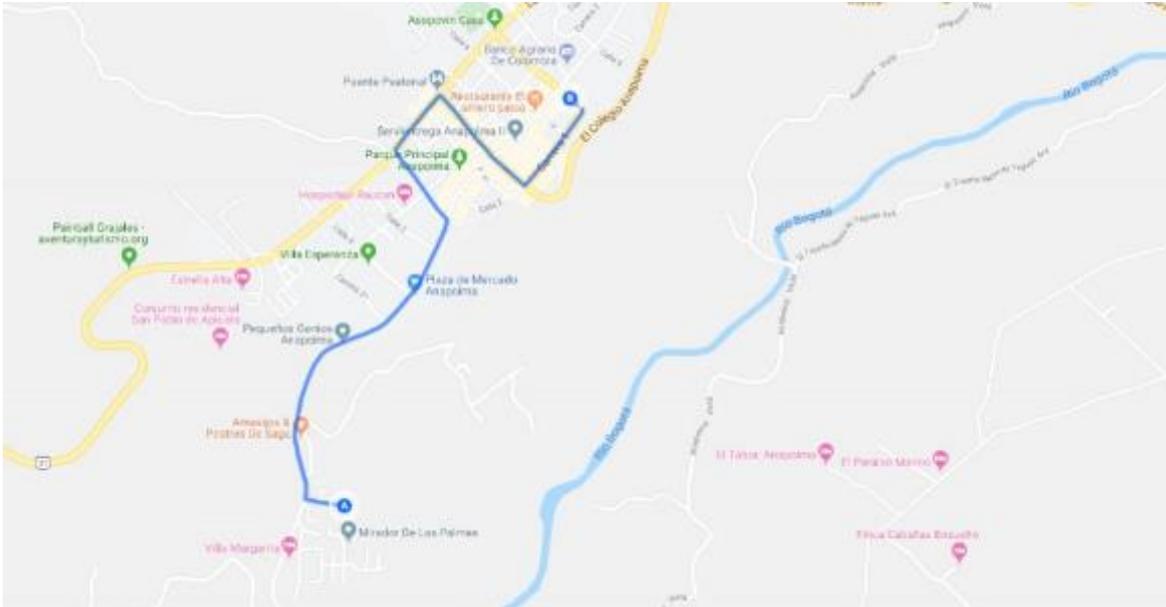
El diseño de la Ruta turística Anapoima se enfoca principalmente en atravesar por lugares naturales, sin embargo hay muchos atractivos dentro del casco urbano. Además se dividieron en tres tipos según las actividades que se pueden desarrollar dentro del municipio; en los siguientes cuadros se describen los atractivos que se incluyen en la misma:

Ruta ecológica y cultural

Medicinales Santa Ana
de Artes Anapoima
no del Rio
no de Santa Ana

¹⁸ Fuente: Google maps

Ilustración IV Trazo de la ruta turística ecológica y cultural

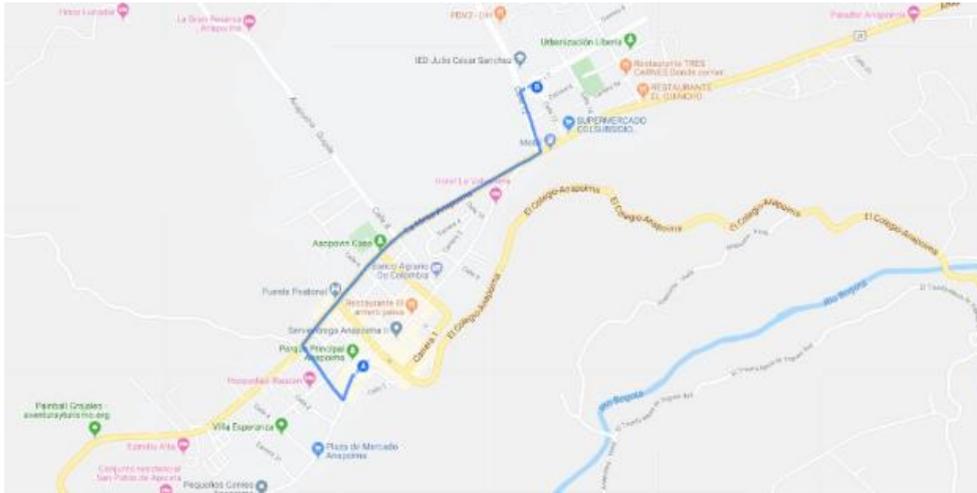


19

Ruta religiosa

quia Cristo Rey "Parque Anapoima"
a Santa Ana
Cristo Rey

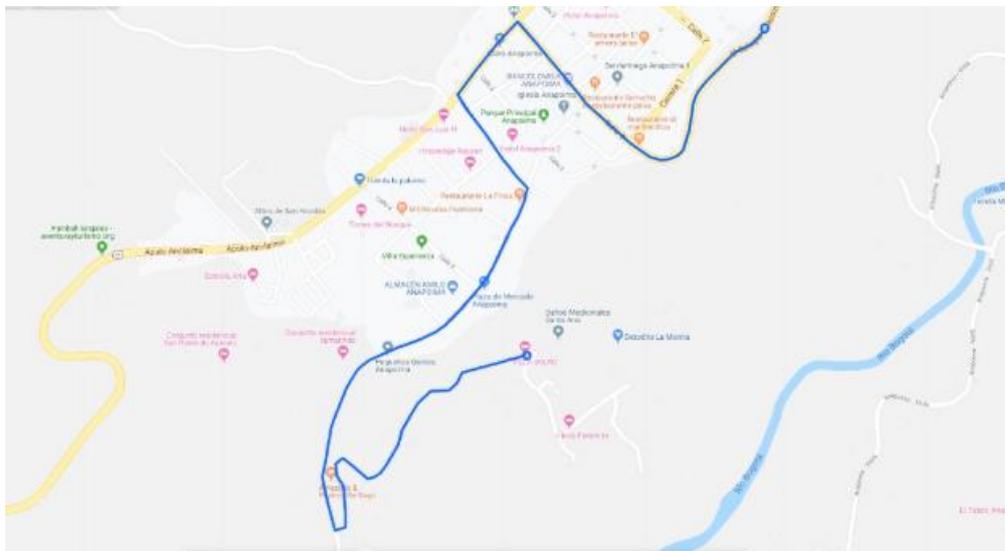
Ilustración V Trazo de la ruta turística religiosa



Ruta de deporte y aventura

Montañismo
Grada Campos “La Campuna”
Travesía del Río
Quatrimotos “Camino Las Delicias”
Travesía por las abejas

Ilustración VI Trazo de la ruta turística deporte y aventura



22.1 OFERTA DE ACTIVIDADES EN LA RUTA

En el siguiente cuadro se señalan las actividades que se pueden llevar a cabo dentro de la ruta con su respectiva descripción, se recalca que los atractivos deben adecuarse en cuanto a señalización y demarcación de espacios, para que puedan llevarse a cabo en la Ruta.

Nombre de la Actividad	Descripción	Tipo de Actividad
Montañismo	Cuando de un terreno óptimo se puede realizar un recorrido por las zonas rurales de la ruta para percibir más acertadamente la flora y fauna.	Montañismo
Baños naturales	Lugares donde se pueden refrescar y relajarse por las corrientes de agua, algunos medicinales por el contenido de azufre que poseen.	Montañismo
Ciclismo	Recorrido a pie por senderos ecológicos a través de toda la ruta	Montañismo
Observación de fauna y flora	Durante el recorrido a través de la ruta, una vez se haya ingresado a las veredas, casi en todos los atractivos se pueden observar variedad de flora y fauna, en el que se pueden reconocer especies vegetales y animales.	Montañismo
Recorrido en cuatrimotos	Recorrido a bordo de motos de cuatro ruedas con tours guiados por un	Montañismo ²⁰

²⁰ Fuente: Autoría propia, 2019

	equipo de profesionales competentes para prestar servicios de calidad	
cimiento artesanías típicas	a salón de artes que hay en el municipio en los cuales hay objetos característicos de este.	rismo
ruido Arquitectura	te el transcurso de la ruta avistamientos de lugares con características especiales en su arquitectura y belleza.	no Cultural

22.2 SEÑALIZACIÓN DE LA RUTA

De acuerdo con el manual de señalización turística nacional, se define como señalización, toda la simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los habitantes o visitantes de un núcleo urbano y/o rural, así como de las vías que lo conectan, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos. Proporciona información sobre sitios de interés y destinos con distancias.²¹

Para adecuar la señalización del área se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones, según la resolución 1622 de agosto de 2005 que reglamenta al Manual de Señalización Turística:

- I. Las señales turísticas deben ser concretas y claras, tendientes a no alterar el entorno o paisaje donde estén ubicadas.
- II. Deben utilizarse colores que eviten confusión y que por el contrario la hagan distinta y paulatinamente reconocible. Sin embargo, los colores a utilizar en el sistema de carreteras, deben ajustarse a lo establecido en el manual técnico del Instituto Nacional de Vías para señales informativas - fondo azul con letras blancas - que correspondan a los utilizados en el ámbito internacional.

²¹ Ministerio de Desarrollo Económico - Dirección General de Turismo, 2012

- III. Deben determinarse adecuadamente los sitios de ubicación de las señales turísticas en función del mensaje que se quiera transmitir y de las distancias de visibilidad y de aproximación según lo previsto en el manual del Instituto Nacional de Vías.
- IV. La leyenda a utilizar debe ser lo más breve y clara posible.
- V. El número de señales a utilizar es producto del estudio que para tal fin elabora el grupo de trabajo, con el propósito de organizarlas e instalar las estrictamente necesarias.

23. CONCLUSIONES

Como resultado de este trabajo de investigación y tomando en cuenta el análisis de los hallazgos, se llegó a las siguientes conclusiones: El Diagnóstico que se hizo sobre el municipio, identificó una serie de obstáculos relacionados con temas de infraestructura y proyección turística, entonces como hay desatención en varios aspectos, la falta de coordinación y organización de la administración local con la comunidad y los entes privados, frente al desarrollo turístico y la promoción de sus atractivos, el potencial del municipio no se está explotando adecuadamente. El potencial natural, histórico y cultural para desarrollo turístico que posee Anapoima, hasta el momento no ha alcanzado un reconocimiento a nivel departamental o nacional, esto debido a una ausencia en la planeación y promoción de los atractivos que posee. Entonces nace la necesidad de crear un producto turístico que sea capaz de impulsar el municipio y lograr que empiece a ser referencia turística en Cundinamarca, es decir, que adquiera a través de la ruta una marca turística. El municipio posee atractivos de interés local, regional y nacional, que afortunadamente no presentan grandes daños, sin embargo si requieren acciones de mantenimiento que impulsados por una propuesta organizada que involucre actividades desarrolladas por la comunidad se convierte en una alternativa económica viable para los habitantes, ampliando la oferta de desarrollo turístico natural sostenible existente. La ruta turística para el

municipio de Anapoima, es una propuesta que involucra el recorrido por atractivos naturales, actividades relacionadas con el conocimiento de la historia del municipio, su arquitectura, su comunidad, la cultura y costumbres, así como las labores típicas como artesanías y gastronomía que allí se llevan a cabo. No obstante el éxito de la operación de la ruta dependerá de factores tales como: prestadores de servicios debidamente capacitados, organización de los actores involucrados en la actividad, promoción y difusión de la ruta y la constante innovación en la oferta.

24. RECOMENDACIONES

En el municipio existen deficiencias básicas que deben ser atendidas, la oferta turística del municipio se puede desarrollar y fortalecer, tiene todo el potencial y a través de capacitación y sensibilización de la comunidad frente al desarrollo del turismo sostenible se puede convertir en un sitio altamente turístico. Los entes gubernamentales y los prestadores de servicios turísticos del sector privado deben llevar a cabo la creación de productos turísticos de calidad que sean atractivos a los turistas y residentes del municipio, para así brindar a sus habitantes beneficios en cuanto a la promoción y el desarrollo local. Es necesario desarrollar propuestas que no atenten contra el ecosistema del lugar y prevengan su deterioro. Además se deben crear espacios de discusión para buscar el camino hacia el desarrollo de la actividad turística, respetando las condiciones y acuerdos que se establezcan para que se pueda crear un producto turístico integrado y diferenciado en el territorio. Se propone igualmente, guiados por los resultados en las encuestas aplicadas y analizadas en el municipio que se busquen medios para el establecimiento de alianzas estratégicas con organismos públicos, privados u organismos internacionales que apoyen el financiamiento para la implementación de la ruta turística, lo cual contribuirá a la conservación del patrimonio natural y cultural. Así mismo promover desde el territorio la unión con instituciones académicas y la realización de

investigaciones especializadas, la elaboración y ejecución de proyectos turísticos que beneficien al municipio y sus alrededores.

25. BIBLIOGRAFÍA

Plataforma de Organizaciones de Desarrollo Europeas en Colombia - PODEC. (2011, pag 37).

Análisis del plan de consolidación de Montes de María. Bogotá: CODICE Ltda.

Citado por Tovar, L., & Castillo, M. (2013). Desarrollo local a partir del diseño de rutas turísticas temáticas en Aculco, México. Boyacá: Memorias del II Simposio internacional de investigación en Turismo y III Nacional de semilleros de investigación.

Fondo de Promoción Turística de Colombia. (2012). Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo.

DANE. Boletín General Censo. Anapoima.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

MINCIT. (3 de Septiembre de 2013). Min comercio Industria y Turismo. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co>

Plan de desarrollo turístico para el municipio de Anapoima Cundinamarca “ANAPOIMA, DESTINO TURÍSTICO DE BIENESTAR 2018 – 2028”

Alcaldía de Anapoima, 2019

