

**CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN PRODUCTORA DE SERVICIOS Y
PRODUCTOS VINCULADOS AL AGRO-ECOTURISMO EN LOS MUNICIPIOS DE
SILVANIA, GRANADA Y FUSAGASUGÁ EN LA REGIÓN DEL SUMAPAZ**

ELABORADO POR:

GARAY SASTOQUE LAURA

NARANJO GARCÍA AILYN

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

DIRECCION DE POSTGRADOS

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL

FUSAGASUGÁ

2021

TABLA DE CONTENIDO

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
2. OBJETIVOS	11
2.1. OBJETIVO GENERAL	11
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. JUSTIFICACIÓN	12
4. ESTADO DEL ARTE	15
5. METODOLOGÍA	18
5.1. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS	18
5.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	18
5.3. FASES DEL PROYECTO	19
5.3.1. FASE I Diseño de ficha de caracterización poblacional	19
5.3.2. FASE II Investigación de campo - Aplicación de encuestas	19
5.3.3. FASE III análisis de la información	20
6. BASE DE DATOS PRODUCTORES DE SERVICIOS AGRO-ECOTURISTICOS	21
7. MARCO REFERENCIAL	23
7.1. MARCO TEÓRICO	23
7.2. MARCO GEOGRÁFICO	26
7.3. MARCO NORMATIVO	31
7.4. MARCO CONCEPTUAL	31
7.4.1. Tipología del turismo	31
7.4.2. Contexto ambiental	35
8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	38
9. FICHA DE CARACTERIZACIÓN	39

10. SELECCIÓN DE LA MUESTRA	42
11. ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
11.1. Insumo: Ficha de caracterización	43
11.2. Sección 1. Información General	44
11.3. Sección 2. Información de actividad económica	45
11.4. Sección 3. Información administrativa	54
11.5. Sección 4. Información Post-Covid 19	66
12. CONCLUSIONES	70
13. RECOMENDACIONES	72
14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	73
15. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	74

LISTA DE FIGURAS

Gráfica 1. Mapa geográfico provincia Sumapaz y sus municipios. Tomado de (Fusagasugá Noticias, 2020).....	8
Gráfica 2. Mapa geográfico del municipio de Granada.....	27
Gráfica 3. Mapa geográfico del municipio de Silvania.....	29
Gráfica 4. Mapa geográfico del municipio de Fusagasugá.....	30
Gráfica 5. Análisis de edad de los productores. Fuente: Autoras.....	44
Gráfica 6. Pertenencia a grupo étnico. Fuente: Autoras.....	45
Gráfica 7. Municipio al que pertenecen los productores encuestados. Fuente: Autoras.....	46
Gráfica 8. Sector productivo al que pertenecen los productores, respuesta individual. Fuente: Autoras.....	47
Gráfica 9. Sector productivo al que pertenecen, porcentualmente. Fuente: Autoras.....	48
Gráfica 10. Categoría a la que pertenecen los productores. Fuente: Autoras.....	49
Gráfica 11. Servicios ofrecidos por los productores. Fuente: Autoras.....	51
Gráfica 12. Plan de negocio de los productores. Fuente: Autoras.....	52
Gráfica 13. Cantidad de personas que trabajan en el negocio. Fuente: Autoras.....	54
Gráfica 14. Productores asociados. Fuente: Autoras.....	55
Gráfica 15. Cantidad de productores con los que está asociado. Fuente: Autoras.....	56
Gráfica 16. Tipo de red turística de los productores. Fuente: Autoras.....	58
Gráfica 17. Conocimiento de la normatividad vigente por parte de los productores. Fuente: Autoras.....	59
Gráfica 18. Acceso a procesos de formación y capacitación. Fuente: Autoras.....	60
Gráfica 19. Temas de formación y capacitación. Fuente: Autoras.....	61
Gráfica 20. Herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras.....	63
Gráfica 21. Herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras.....	64

Gráfica 22. Uso de herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras..	65
Gráfica 23. Impacto Covid-19. Fuente: Autoras.....	66
Gráfica 24. Consecuencias Covid-19. Fuente: Autoras	67
Gráfica 25. Implementación de nuevos procesos. Fuente: Autoras	68

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Base de datos de productores agro-ecoturísticos actualizada. Fuente: Autoras del proyecto.	23
Tabla 2. Ficha de caracterización.....	41
Tabla 3 Cronograma propuesto. Fuente: Autoras del proyecto.	73

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El sector del turismo se ha fortalecido y se ha incrementado a nivel mundial, según la OMT en su publicación PANORAMA DEL TURISMO INTERNACIONAL edición 2015 afirma que: *“Los ingresos por turismo internacional aumentaron la cifra de 1.245.000 millones de dólares de los E.E.U.U a escala mundial en 2014, partiendo de una cifra de 1.197.000 millones de dólares en 2013, lo que significa que se ha producido un crecimiento del 3,7% en términos reales (teniendo en cuenta las fluctuaciones en los tipos de cambio y la inflación)”* (Organización Mundial del Turismo, 2015, 3). Esto es evidencia de que es un sector que alcanza un alto nivel de ingresos a nivel mundial en comparación de un año a otro, es decir, que está en constante crecimiento generando una gran expectativa sobre el turismo en los países.

Por otro lado, se conoce que el turismo es una actividad antigua que tomó fuerza en la edad moderna con la aparición de nuevas tecnologías, medios de comunicación y transporte, la cual se ha caracterizado por su rápido crecimiento y su alta demanda en países como Colombia, país que ha obtenido beneficio por el crecimiento del turismo en su territorio convirtiéndose en un sector estratégico, pese a que es una fuente de recuperación y desarrollo económico, donde el agroturismo ocupa el segundo puesto en participación porcentual de subproductos de turismo con un porcentaje del 22%, y a su vez, se conoce que en la región andina es en donde más se evidencia el turismo rural. (Vega Barreto, 2016)

Cabe resaltar que la región andina está conformada por 10 departamentos: Antioquia, Boyacá, Huila, Santander, Norte de Santander, Risaralda, Caldas, Quindío, Tolima y Cundinamarca; siendo este último el objeto de estudio, está conformado por 15 provincias a saber: Almeidas, Alto Magdalena, Bajo Magdalena, Gualivá, Guavio, Magdalena Centro,

Medina, Oriente, Rionegro, Sabana Occidente, Soacha, Sumapaz, Tequendama y Ubaté. (Cámara de Comercio de Bogotá, n.d.). Cundinamarca, es un departamento en el cual el turismo constituye un sector potencial y dinámico de la economía, con grandes ventajas ya que dispone de una demanda cercana muy grande (Bogotá) no solo por su concentración poblacional con necesidades turísticas, sino por la llegada de turistas anualmente. A parte de la alta demanda en el mercado, el departamento cuenta con grandes atractivos naturales, culturales, históricos y recreacionales; los cuales dan paso al desarrollo de agroturismo en la provincia del Sumapaz. (Unión temporal Turismo CUNDISAN, 2012, pág. 40-41) entendiendo el agroturismo como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales, actividad que pueden ser llevadas a cabo en fincas de pequeño o mediano tamaño; también se considera una de las modalidades del turismo en espacios rurales.



Gráfica 1. Mapa geográfico provincia Sumapaz y sus municipios. Tomado de (Fusagasugá Noticias, 2020)

Como se observa en la gráfica 1. La provincia del Sumapaz está conformada por Arbeláez, Cabrera, Fusagasugá, Granada, Pandí, Pasca, San Bernardo, Silvania, Tibacuy y Venecia, los cuales tienen gran afluencia en la agroecología y también por su riqueza natural, en ecoturismo. (Cámara de Comercio de Bogotá, n.d.). Los municipios como Silvania, Fusagasugá y Granada cuentan con un gran potencial turístico de gran valor paisajístico y arqueológico, donde se destacan los centros turísticos y escenarios para practicar deportes de escalada, deportes acuáticos, senderismo en montaña y además, algunas iniciativas de turismo en haciendas rodeadas de cultivos que ofrecen alojamiento y caminatas ecológicas, actividades que se encuentran dentro del agro-ecoturismo. (Cámara de Comercio de Bogotá, n.d.)

Aunque estudios como “EL DESARROLLO DEL PAISAJE CULTURAL Y ARQUITECTÓNICO EN LA REGIÓN DEL SUMAPAZ”, tienen como propósito desarrollar estrategias que recuperen el valor paisajístico y patrimonial en Fusagasugá y de la Región de Sumapaz de manera sostenible (Mayorga Pérez, 2020), no hay evidencia clara de estudios que se especifiquen en la caracterización de los productores de esta oferta agroecoturística, lo cual genera un trabajo dividido dentro de la región dando como resultado que en algunas zonas se presente turismo desaforado y graves consecuencias para el ecosistema, como lo son la contaminación ambiental, visual y acústica, la modificación de la flora y fauna nativas, la explotación de agua y de energía. (Orgaz Agüera, 2014, pág. 4-5). Lo cual afecta no solo el medio ambiente sino el equilibrio socioeconómico de las poblaciones por la aparición de diferencias socioculturales entre los productores agroturísticos y también con los visitantes; se puede presentar una falta de cohesión poblacional, es decir, al no existir una adecuada caracterización de la población, no se puede determinar la aceptación de dicha

práctica económica en el sector, dando como resultado la generación de diversas oposiciones entre la población local. (Orgaz Agüera, 2014, pág.4-5)

Como consecuencia a la problemática mencionada anteriormente, se presentan repercusiones en el nivel económico de la población y por ende en su calidad de vida; pese a que las características de los productores juegan un papel crucial en el ingreso interno bruto de las fincas y por lo tanto en la economía regional, debido a que depende de aspectos como viabilidad, permanencia del negocio, tamaño, superficie agrícola, edad de los productores, ubicación, si se encuentra en funcionamiento y si cuenta con planes comerciales o de marketing. De esto, surge la necesidad de generar una ficha de caracterización poblacional productora de los municipios Granada, Silvania y Fusagasugá pertenecientes a la provincia de Sumapaz. (Barbieri & Mshenga, 2008, pág. 166-183) La cual genere una base de datos actualizada de productores e iniciativas agro-ecoturísticas, que permita a largo plazo desarrollar e implementar programas y proyectos a nivel regional con la finalidad de generar el crecimiento socioeconómico de la comunidad en general.

2. OBJETIVOS

2.1.OBJETIVO GENERAL

Caracterizar la población productora del sector agro-ecoturístico de la región del Sumapaz a través del proceso de validación de ficha de caracterización como instrumento aplicable tomando referencia a los municipios de Granada, Silvania y Fusagasugá.

2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los actores o miembros de la red productora de servicios y productos (Instituciones, redes existentes, organizaciones, grupos, familias, personas).
- Identificar la oferta de servicios, los productos, las instalaciones y las actividades agro-ecoturísticas que operan actualmente en los municipios de Granada, Silvania y Fusagasugá.
- Diseñar una ficha de caracterización de los productores que ofrecen estos servicios en los municipios Granada, Silvania y Fusagasugá que sirva como insumo para todos los municipios del departamento.

3. JUSTIFICACIÓN

El turismo actualmente representa para Colombia un crecimiento económico y social, siendo fundamental para el desarrollo del territorio. Sin embargo, para llevar a cabo actividades que fomenten el mismo, se hace necesario el estudio estadístico y la caracterización de la población involucrada como referencia, para determinar las acciones de mejora en este sector.

La provincia Sumapaz, localizada en el costado sur de Cundinamarca, representa el 8% del área total del departamento. Es la sexta provincia en extensión territorial con 1.808 km². Está conformada por 10 municipios: Arbeláez, Cabrera, Fusagasugá, Granada, Pandi, Pasca, San Bernardo, Sylvania, Tibacuy y Venecia. Teniendo en cuenta el Censo general 2015, la población total de la provincia Sumapaz es de 219.874 habitantes y ocupa el cuarto puesto en población entre las quince provincias de Cundinamarca. (DANE, n.d.)

Por lo tanto, se encuentra un amplio potencial en el sector agroecológico y turístico ya que tiene zonas extensas de conservación natural como lo es el PNN Sumapaz e imponentes cerros aledaños a la región. El Sumapaz, cuenta con un gran potencial turístico en cuanto a paisajes y arqueología, donde se destacan escenarios para practicar deportes de aventura como la escalada, el montañismo, deportes acuáticos, caminatas ecológicas, fincas ecoturísticas y terrenos aptos para el cultivo y la explotación agrícola consciente dentro del territorio, pues el Sumapaz representa el 5,6% de las hectáreas destinadas para la agricultura en el departamento de Cundinamarca. (Cámara de Comercio de Bogotá, n.d.)

La caracterización de la población es parte fundamental para el desarrollo económico de la misma, ya que muchas de las comunidades dependen de su trabajo agrícola y los

servicios de turismo dentro de la región. Conocer el estado actual de la población involucrada sirve para definir y orientar perspectivas económicas dentro del sector, además, indica los factores más vulnerables para el enfoque de concientización y apropiación del territorio, uso de suelos y aprovechamiento de recursos que beneficien la provincia del Sumapaz.

Los ámbitos generales de la caracterización permiten realizar aproximaciones de conocimiento dentro de la población, determinar sus necesidades específicas respecto al sector turístico y tener una perspectiva más amplia del entorno integrando saberes, cultura y recursos disponibles, permitiendo el enfoque de planeación e implementación de estrategias orientadas al mejoramiento del servicio o aprovechamiento del mismo dentro de la provincia, y a su vez, evaluar la promoción de programas de información y sensibilización que inviten a los habitantes a involucrarse y asociarse en las actividades del sector agroecológico y ecoturístico.

Dentro de las proyecciones económicas de la región se incluyen estas actividades como fuente productiva de dichas áreas y de la mano con el trabajo de la comunidad como parte activa del sector. Por esto, es importante la recolección de información de dichas comunidades en especial en las zonas rurales las cuales son principalmente zona de investigación, donde se proponen fases metodológicas de investigación a través de un análisis geográfico y un estudio mediante encuestas que faciliten un análisis de datos cuantitativos y cualitativos que orienten a una ruta de acción o diseño de estrategias de fortalecimiento del sector.

El proyecto también busca aportar a un alcance de objetivos de desarrollo sostenible propuestos por la ONU como lo son ciudades y comunidades sostenibles, vida de ecosistemas

terrestres, acción por el clima y producción y consumos responsables. (Organización de las Naciones Unidas, ONU, n.d.). Mediante la caracterización de la población se podrá brindar información oportuna para el desarrollo sostenible y el mejoramiento del sector agroecológico y ecoturístico de la provincia del Sumapaz, fortaleciendo dicho sector y contribuyendo al crecimiento social y económico del mismo, los cuales servirían de referencia para un marco regulatorio por parte de las entidades gubernamentales pertinentes.

Por último, la implementación de esta ficha de caracterización resulta de gran importancia en la formación como especialistas en Gestión de Sistemas de Información Gerencial, pese a que sirve como instrumento para fortalecer habilidades y aplicar conocimientos en el área de Gestión del Cambio, proporcionando de este modo información de valor que permita dar solución a los problemas, necesidades y oportunidades encontrados en la comunidad de la provincia del Sumapaz.

4. ESTADO DEL ARTE

El primer levantamiento de datos en el sector turístico fue realizado por el DANE en 2003 cuando aplicó por primera vez la Encuesta de Turismo a Hogares particulares residentes en Colombia (ETUR), la cual pretendía recolectar la información necesaria para cuantificar la demanda de servicios turísticos de origen interno y sus características, para proceder con la construcción de indicadores que describiera el comportamiento del sector. También, se realizaron encuestas como Encuesta de gasto interno de turismo (EGIT) y la Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) aplicada a las trece principales ciudades del país, recogiendo un total de información de 22,715 hogares colombianos (Álzate Torres & Espinal Monsalve, 2018) y, aunque se da un avance en los estudios del turismo a nivel nacional, el alcance de esta investigación es limitado dada la inexistencia de datos completos que describen al sector turístico.

También, se encuentra que La CCB, a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social, la cual ha elaborado La caracterización económica y empresarial de la provincia Sumapaz, con el propósito de contribuir en la dimensión de importancia de las provincias en la economía de Cundinamarca y de Bogotá, así como ampliar la información y el conocimiento de las características de la actividad empresarial y productiva de cada provincia y municipio para promover el desarrollo y el crecimiento de la economía regional (Cámara de Comercio de Bogotá, n.d.) brindando información relevante de las características económicas, territoriales, culturales, demográficas y empresariales de la provincia del Sumapaz, los posibles actores y organizaciones participativas.

Se encontraron trabajos investigativos como el “Estudio de las características del turismo doméstico en Colombia a partir de la matriz Origen-Destino” (Álzate Torres & Espinal Monsalve, 2018, 151-164) donde se estudian las características del turismo doméstico en Colombia a través de la construcción de una matriz Origen-Destino, a partir de los datos proveídos por la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT). De los datos obtenidos por la matriz de flujos, se puede inferir que los departamentos que reciben una mayor cantidad de viajeros son los mismos que emiten gran proporción de los turistas, factor que indica que la emisión de turistas se relaciona con el tamaño poblacional del departamento y con la capacidad económica de sus habitantes, como es el caso de Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca.

También se encuentran proyectos como “Turismo comunitario: Una alternativa de desarrollo indígena”. (Héctor, 2006, 249-264). Donde se desarrollaron proyectos de gestión ambiental, micro proyectos ambientales donde participaron estudiantes, profesores y apoderados. Y por último se elaboraron proyectos de capacitación en temas relacionados con el comercio turístico con un enfoque ecológico y comunitario que derivaron en planes de negocio asociados a infraestructura turística de carácter comunitario, casas de huésped, senderismo y miradores en la región Andina.

De igual manera, se encuentran trabajos investigativos enfocados en la caracterización como “Caracterización del sector turístico del municipio de pesca, como un factor para la generación de rentas y desarrollo sostenible en la región” (Duquino Chaparro & Pérez Alarcón, 2018) donde se caracteriza el sector turismo en Pesca, Boyacá, con base en los atractivos naturales e inmuebles históricos, como un factor para la generación de rentas y desarrollo sostenible en la región, se hace un inventario turístico del municipio, tanto

atractivos naturales como arquitectónicos, mediante la aplicación de una encuesta donde se logró analizar el grado de conocimiento que los habitantes del municipio tienen acerca de los atractivos turísticos de la región; la cantidad, capacidad y condiciones en las que se reciben los turistas y los servicios que se les brindan, también, se crean estrategias de orientación a la administración de este municipio para que puedan emprender proyectos y programas relacionados con el desarrollo turístico sostenible dentro del mismo.

La facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la universidad de Cundinamarca, realizó un estudio a nivel departamental documentado como “Turismo en Cundinamarca, Oferta y Demanda, Tomo I” (Universidad de Cundinamarca., 2019) donde se enfoca en las provincias de Sabana Occidente, Sabana Centro, Alto Magdalena y Sumapaz. Se realiza una investigación descriptiva y una recolección de datos mediante observación, encuestas y entrevistas. Dentro de los resultados obtenidos, se destaca el análisis de los principales componentes de la oferta y demanda turística de las provincias, el perfil del turista al igual que los servicios, bienes y requerimientos que esta demanda, se especifican las tendencias y comportamiento de los visitantes quienes se orientan por el ecoturismo de la región. Se encuentra que la oferta turística puede ser más competitiva en los municipios con climas cálidos que cuenten con lugares adecuados de recepción de turistas en los cuales prevalezca la presencia de sitios naturales destacándose por su calidad en el servicio prestado y la relación costo-beneficio con el reto de emprender verdaderas estrategias que superen ventajas comparativas y promuevan el desarrollo económico.

5. METODOLOGÍA

5.1.FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

La investigación se apoyará en la técnica de investigación de enfoque cuantitativo, la cual comprende la medición de variables cuantitativas comunes en cada productor de servicios agroecoturísticos, a fin de identificar las características más representativas del sector. Para esta identificación se requiere definir la unidad de análisis, que estaría representada por una muestra de los prestadores de servicios, los cuales serán seleccionados a partir de una muestra con enfoque aleatoria para población infinita o desconocida.

5.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

5.2.1. Tipos de investigación

La investigación ha realizar en este proyecto es de tipo descriptivo; en el cual se establecen una serie de conceptos que se medirán de los productores, así como las actividades que realizan, la pertenencia o no a alguna etnia o grupo específico, esto con el fin de no solo generar datos numéricos sino de especificar las características del grupo objeto de estudio.

Las técnicas de recolección de información están basadas en:

- **Fuentes bibliográficas:** Búsqueda de información en diversas fuentes bibliográficas, en cuanto a diseño de fichas de caracterización poblacional.
- **Análisis de contenido geográfico:** Partiendo de la información recolectada de diferentes fuentes bibliográficas.
- **Ficha de caracterización:** Enfocada en el uso de preguntas cerradas que garanticen la parametrización de características específicas de la población y preguntas abiertas, las cuales garanticen una mayor profundidad en la recolección de información

específica de cada organización, para que sea un instrumento válido al final de la investigación.

- **Análisis de datos cuantitativos obtenidos en las encuestas:** Dirigido a identificar características y aspectos comunes en los productores objeto de estudio.

5.3.FASES DEL PROYECTO

5.3.1. FASE I Diseño de ficha de caracterización poblacional

- **Investigación de fuentes bibliográficas:** búsqueda de información y pautas sobre la identificación de variables a incluir dentro de la ficha de caracterización y pasos para la construcción de fichas de caracterización poblacional
- **Identificación de variables:** con base en la información recopilada, se identifican las variables puntuales que se incluirán dentro de la ficha teniendo en cuenta las características específicas que se quieren estudiar de la población productora de agroturismo en la región del Sumapaz; tales como: actividades que realizan, la pertenencia o no a alguna etnia, entre otras a definir.
- **Diseño de la ficha de caracterización:** con las variables a incluir se da paso a la elaboración y construcción de la ficha de caracterización a implementar en los siguientes pasos.

5.3.2. FASE II Investigación de campo - Aplicación de encuestas

- **Selección de muestra:** con el número de población se determinará la muestra de la siguiente forma, teniendo presente que es para una población infinita o desconocida:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{i^2}$$

Donde:

n =tamaño muestral

Z = valor correspondiente a la distribución de Gauss Z , para el desarrollo de este proyecto se tomará un intervalo de confianza del 90%, es decir que Z será igual a 1,65

p = 0,5 representa la proporción

q = $1-p$, es decir, $q=0,5$

i = error que se prevé cometer en este caso 5%, es decir $i = 0,05$ (Bolaños, 2012)

- Selección del método de aplicación de la ficha: teniendo en cuenta la población muestra y los servicios que prestan, la encuesta se realizará de manera electrónica en algunos casos y para aquellos productores que no cuenten con los recursos tecnológicos se realizará de manera impresa.

- Aplicación de la ficha y tabulación de la información: una vez finalizada la aplicación de la encuesta a toda la población, se dará paso a realizar la tabulación de los datos obtenidos, con ayuda de herramientas de ofimática, donde se identificará las características específicas de los productores y los posibles actores de la red de agroturismo.

5.3.3. FASE III análisis de la información

- De los datos obtenidos de la encuesta y revisión bibliográfica, se identificarán aspectos de los productores agro-ecoturísticos en materia de ubicación geográfica, características específicas sobre cultura, tradiciones, servicios y productos a ofertar y las posibles asociaciones.

6. BASE DE DATOS PRODUCTORES DE SERVICIOS AGRO-ECOTURISTICOS

Después de realizar la revisión bibliográfica, se actualiza y modifica la información brindada en el documento de referencia “LA AGROECOLOGÍA COMO CAMPO DE APRENDIZAJE CULTURAL EN EL MARCO DEL MEDIT: FUNDAMENTOS, ANTECEDENTES Y PERSPECTIVAS” (Espinosa Duarte, 2019) enfocando productores agroecológicos y ecoturísticos en los municipios de Fusagasugá, granada y Silvania como parte del proyecto BAGÜE de la Universidad de Cundinamarca. También, se gestiona una base de datos de productores líderes del proyecto “En el campo agro-ecoturístico Punto verde” proporcionada por el agro-ecoparque Punto verde, que se encuentra ubicado en el municipio de Silvania. Con quienes se realizó un trabajo articulado y recíproco en todo lo relacionado al levantamiento de la base de datos y la aplicación de encuestas de percepción del agro-ecoturismo en productores. Obteniendo dos bases de datos, la primera con 22 contactos y la segunda con 20 contactos de productores agro-ecoturísticos de la región, para una base de datos con un total de 42 productores; de los cuales se obtuvo respuesta válida para la actualización de datos, de 16 productores únicamente.

Por último, la base de datos actualizada para la validación de la ficha de caracterización se presenta en la siguiente tabla.

Nombre	Ubicación	Municipio	Propietario	Servicio	Producto
Ecoparque Chinauta	Chinauta	Fusagasugá	Familia Talero	Ecoturismo	Eco tienda
La Sabilera	Los Sauces	Fusagasugá	Familia Gaitán	Agroindustrial	Sábila Derivados Aloe vera
Asociación agroturística comunitaria de las veredas suroriental	Fusagasugá	Fusagasugá	Jesús Infante	Agroturismo	Servicios agroturísticos
5ta Soroco	Victoria	Silvania	Familia Muñoz	Ecoturismo Guianza agroecológica	Café Reserva natural
Asopromes	Los Sauces	Fusagasugá	Asopromes María Clavijo	Agroturismo	Mercado orgánico
Colegio Valsalice	Usatama	Silvania	Sociedad Salesiana	Agroecología Educación	Productos agrícolas Mercado campesino
Sabaneta	Sabaneta	Granada	Sebastian Jiménez	Agroturístico	Productos agrícolas
Nahual	Asapranal	Silvania	Cesar Florian	Agroturístico	Café
Vrindavanita	Trinidad	Fusagasugá	Jesús Salamanca	Ecoturismo	Caminatas y Cursos de Yoga
Apiarios Agropinos S.A.S	Silvania	Silvania	Yessenia Diaz	Agroturismo	productos apiarios
Eco Concientízate	Inspección agua bonita Vía San Miguel. KM 1.4	Silvania	Eliana Robayo	Agroturismo	Servicio de asesoría e implementació n de Bioconstruccio nes
Biolodos	KM 61 Vía Bogotá - Melgar	Fusagasugá	Juan Andrés Eslava	Agroturismo Ecoturismo	Agroturismo, eco arqueología, educación.
La cascada	Victoria las lajas	Silvania	Cristóbal Torres	Agro- ecoturística	Alojamiento, alimentación,

					agroturismo, apicultura
El rosal	Bermejál	Fusagasugá	Rosalba Pineda	Turismo rural, agroturismo	Agroturismo
Cosecha Real	Km 3 vía Silvania- La aguadita	Silvania	Paola Medina	Agrícola Industrial	agro- ecoturismo
Finca Agro- ecoturística Agrópolis	Vereda agua bonita	Silvania	Fernando Saldaña	agro- ecoturismo	Alojamiento, alimentación, guía turística, talleres artísticos

Tabla 1. Base de datos de productores agro-ecoturísticos actualizada. Fuente: Autoras del proyecto.

7. MARCO REFERENCIAL

7.1. MARCO TEÓRICO

La caracterización está fundamentada en variables socioeconómicas y demográficas de los agentes que intervienen en el comportamiento de un fenómeno específico, además se entiende como un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento, que, para el caso, se refiere al sector turístico. Se entiende el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera del lugar de su residencia habitual; como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las demás zonas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. El turismo ha estado presente desde el comienzo de la historia de la humanidad, y ha venido cambiando de acuerdo con las necesidades del hombre, lo cual ha hecho que se incremente su importancia mundial (Duquino Chaparro & Perez Alarcón, 2018)

El turismo, visto desde la teoría de sistemas del turismo (Molina, 2005) se considera un sistema abierto donde se proponen fases de diagnóstico turístico local, el cual consiste en la recolección de información y herramientas que permiten su funcionamiento, así como las condiciones iniciales del mismo. Según Molina, el turismo se compone de dos elementos: sujeto y objeto, y se especifica la importancia de la caracterización de los elementos relacionados, etapas de planificación, diagnóstico y recolección de información de campo para su posterior análisis.

Por otro lado, al ser considerado como un sistema abierto, existen varios tipos de turismo entre ellos el turismo rural, del cual se destacan definiciones como la de (Gannon,1994), quien lo define como “toda la gama de actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, para así generar un ingreso extra a sus negocios”, y la de (García, 1996) quien afirma “ que es aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural”.

De lo anterior se entiende que el turismo rural toma todos los recursos rurales, los combina y organiza de diversas maneras en diferentes productos turísticos que ofrecen variadas actividades y del mismo modo define la posibilidad que presenta un territorio rural en el desarrollo de esta nueva actividad productiva. Dentro de las modalidades que se pueden asumir de este tipo de turismo se encuentra el agroturismo el cual se refiere a las experiencias con las actividades productivas cotidianas de los campesinos y a la vez esta se puede unir al ecoturismo el cual se da de forma de actividades de esparcimiento en el medio rural de manera responsable y amigable con el medio ambiente. (Pérez, 2010)

Sin embargo, su realización de manera viable dentro de un territorio va a depender de manera directa e indirecta de una adecuada caracterización de la población productora con el fin de enfrentar los desafíos que esto supone en su desarrollo, desafíos como:

- Disminuir los impactos negativos que la actividad puede generar a nivel ambiental, social y cultural de los territorios involucrados.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector rural y donde se valoren los activos ambientales, culturales históricos propios de cada territorio. (Pérez, 2010)

Los desafíos expuestos anteriormente se encuentran apuntados hacia la conservación de la biodiversidad, la cual es lograr que toda la comunidad responsable de la realización de actividades de este tipo, protejan, mantengan y conserven la variedad de seres vivos de su entorno, por medio del direccionamiento de sus actividades a planes de reducción de la generación de residuos sólidos y su manejo integral, dar cumplimiento con toda la normatividad vigente enfocada hacia la protección de los suelos y ocupación del agua, reducción de la demanda energética y promoción de las energías renovables como la energía solar, fomento y promoción de la agricultura ecológica, orgánica y sostenible, y la promoción de la educación ambiental para una conciencia y conocimiento ante los problemas ambientales que acarrea el manejo y aprovechamiento inadecuado de los recursos naturales del sector. Cabe resaltar la importancia que tiene dentro de las fincas productoras de servicios agro-ecoturísticos la posibilidad y viabilidad de tener dentro de sus planes el desarrollo de las actividades anteriormente mencionadas lo cual va a generar un desarrollo sostenible y sustentable de toda la comunidad productora.

Por último, se puede decir que la implementación de estos planes dentro de su actividad productora es un proceso de continua mejora, pese a que se debe ir actualizando frente a la normativa y las nuevas tecnologías que van siendo desarrolladas con el tiempo.

7.2. MARCO GEOGRÁFICO

El municipio de Granada fue fundado el 10 de agosto de 1995, es un municipio de Cundinamarca ubicado en la provincia del Sumapaz, situándose al suroccidente del distrito capital de Bogotá, localizado con 4° 31'00" Latitud Norte y 74°20'50" Longitud Oeste. Se encuentra a 18 Km de Bogotá, donde geográficamente el municipio de Granada limita al oriente con los municipios de Silvania y Sibaté, por el occidente con los municipios de Viotá y el colegio, por el norte con los municipios de San Antonio del Tequendama y Soacha, por el Sur con el municipio de Silvania, tiene una extensión total de 61.4 Km² siendo 01Km² la extensión urbana y 61.2 Km² de extensión rural. (Alcaldía De Granada Cundinamarca, 2017)

Hidrografía: el municipio de Granda hace parte de la cuenca del Sumapaz, donde comprende también la subcuenca del Rio Panches, esta cuenta con predominio de pastos y sabanas herbáceas con un 25% del área total. (CAR- CORPORACION AUTONOMA REGIONAL)

Recursos naturales: en general el territorio del municipio es caracterizado por ser ondulado y de carácter de zonas totalmente planas, lo cual es un factor de gran importancia para el uso y manejo de los suelos. Por otro lado, hay presencia de sectores de formaciones rocosas sedimentarias, formación Quetame, que han permanecido cubiertas y has emergido a causa de las temporadas de lluvias y fuertes vientos, en estas formaciones se localizan en algunos casos zonas de bosques. (ALCALDIA MUNICIPAL GRANADA, 2017)

Gastronomía: el municipio de Granada se constituye actualmente en una de las despensas agrícolas de la región del Sumapaz y del departamento por la gran cantidad y variedad de productos agrícolas y pecuarios de óptima calidad que produce. Con los cuales se producen sus platos típicos como:

- Arepa de maíz pelado
- Chorizo
- Lácteos
- Cerdo a la llanera. (IDECUT , s.f.)



Gráfica 2. Mapa geográfico del municipio de Granada

El municipio de Sylvania fue fundado el 21 de febrero de 1935, ubicado en la provincia del Sumapaz del departamento de Cundinamarca a una distancia de 44 Km de Bogotá, localizado con 4°24'13" latitud norte y 74°23'15" longitud occidente, geográficamente limita por el norte con los municipios Viotá y Granada, por el occidente con los municipios de Viotá y Tibacuy, por el oriente con los municipios de Granada y Fusagasugá, y por el sur con el municipio de Fusagasugá, cuenta con una extensión total de 165 Km², en

su sector rural se encuentra dividido en 13 veredas y cuenta con tres zonas urbanas en las cuales se identifican dos corregimientos y su casco urbano. (Alcaldía de Silvania Cundinamarca, 2018)

Hidrografía: el municipio de Silvania es ecológico por que gestiona la adquisición de predios que se encuentran en ecosistemas estratégicos para la protección de fuentes hídricas. También promueve el abastecimiento y mantenimiento de plantaciones forestales de características que contribuyan a la conservación de ecosistemas estratégicos y zonas abastecedoras de agua. (SILVANIA, ALCALDIA MUNICIPAL, s.f.)

Por otro lado, el municipio dispone de una cuenca hidrográfica representada por el rio Sumpaz, las subcuencas (Rio Barro-Blanco y Subía), once quebradas cada una con sus micro cuencas respectivas. (Posada las Bromelias, s.f.)

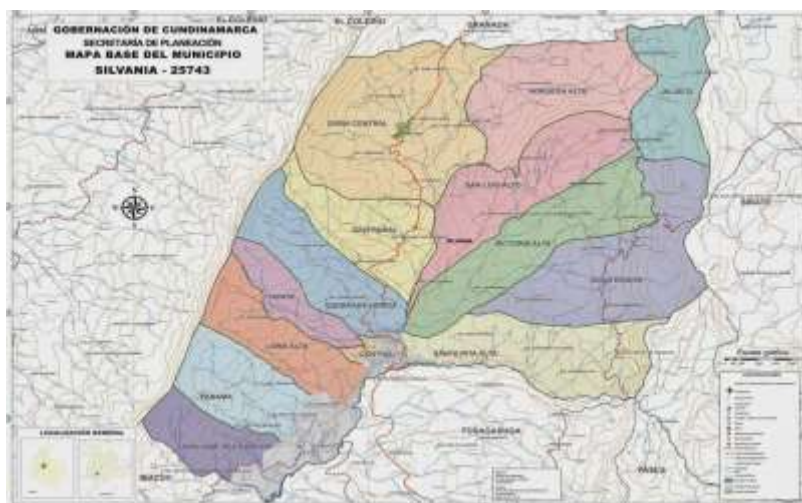
Recursos naturales: en el municipio por sus condiciones geográficas se identifica claramente el tipo de formación geológica y de suelos, sus accidentes naturales y la conformación de los diferentes paisajes entornos y la articulación de las especies con la adaptación a climas variados; hace que el municipio se vea rodeado de contraste de zonas verdes, zonas agrícolas, sus mismos pobladores y el interés por la conservación y preservación de sus tierras, y el medio ambiente, vistas a través de sus prácticas pastoriles, mineras y agrícolas (Posada las Bromelias , s.f.)

Gastronomía: Por tener un corredor gastronómico hay gran variedad de comidas nacionales como

- Postres a base de Bore Balu, Guatila, Tomate de árbol, Uchuva Y Mora
- Sancocho Silvanense
- Fritanga

- Gallina Criolla

Además, posee hermosos e imponentes atractivos turísticos, históricos y culturales; como son las fincas agro y eco turísticas adornadas de ríos, quebradas, montañas, cascadas, flores, como las heliconias, bromelias y orquídeas y frutos tropicales. (IDECUT, s.f.)



Gráfica 3. Mapa geográfico del municipio de Sylvania

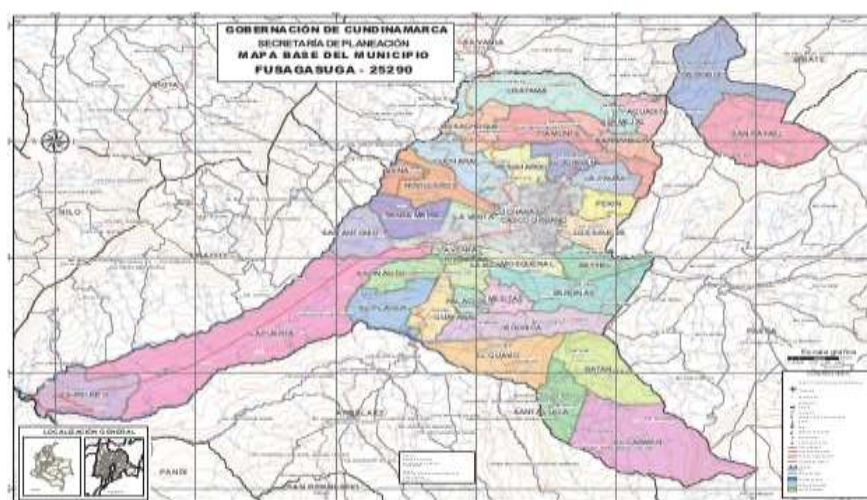
El municipio de Fusagasugá fue fundado el 5 de febrero de 1592 y por orden real el 7 de mayo de 1776, es la capital de la provincia del Sumapaz, ubicado en el departamento de Cundinamarca, y es conocido como la “ciudad jardín de Colombia”, está ubicada a 59 Km de Bogotá, localizado entre los 4°20’00” latitud norte y los 74°21’00” longitud oeste, donde limita por el norte con los municipios de Sylvania y Sibaté, por el sur con los municipios de Arbeláez, Pandi e Icononzo, por el oriente con los municipios de Pasca y Sibaté, por el occidente con los municipios de Tibacuy y Sylvania, con una extensión de 206 Km². (Alcaldía de Fusagasugá)

Hidrografía: el municipio de Fusagasugá forma parte de la cuenca del río Sumapaz, el cual pertenece al sistema hidrográfico occidental del departamento de Cundinamarca. La

distribución de las principales fuentes hídricas de Fusagasugá de da por el rio Panche o chocho que se encuentra al occidente del municipio y los ríos Cuja, Batán y Guavio con sus afluentes, los cuales conforman la parte central de la misma cuenca. (BLOG SOMOS FUSAGASUGUEÑOS , s.f.)

Recursos naturales: el municipio cuenta con extensas zonas naturales en donde se destacan parques, ríos, y zonas de conservación natural. Cuenta con tierras fértiles para diferentes cultivos como la mora, cebolla, lulo, tomate, papa entre otros. También se encuentra una gran variedad en Fauna y Flora siendo la orquídea la flor representativa del municipio. (ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA , s.f.)

Gastronomía: el municipio de Fusagasugá es un municipio de mezcla entre varias cultura, las cuales han aportado sus propias tradiciones entre ellas las gastronómicas: es por esta razón que no se puede hablar de un plato típico netamente del municipio. Sin embargo, la vara con arepa ha sido el plato seleccionado por los ciudadanos. (Bernal Gutierrez, 2018)



Gráfica 4. Mapa geográfico del municipio de Fusagasugá

7.3. MARCO NORMATIVO

La siguiente normatividad rige la actividad turística en Colombia. Según (Ministerio de comercio Industria y turismo, 2020)

Ley 2068 de 2020. Por la cual se modifica la Ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones para fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones, como la obligación de actualizar dicha información con el fin de brindar una herramienta para seleccionar aquellos bienes susceptibles de uso turístico o para establecer acciones de mejoramiento de otros.

Decreto 355 de 2017 "Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012".

7.4.MARCO CONCEPTUAL

7.4.1. Tipología del turismo

7.4.1.1. Turismo tradicional

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo

regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo (omt, 2005), la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.

7.4.1.2. Turismo alternativo

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local.

7.4.1.3. Turismo cultural

El turismo es una actividad que ha transcurrido durante décadas siendo fuente de aprendizaje experimentando un gran auge en todo el mundo, desde los años 70 se decidió darle mayor importancia junto con la UNESCO quien propuso conservarlo y promocionarlo, el motor base del turismo es la cultura; ya que es la que da más aporte a la diversidad y crecimiento de este. (EU Mediterrani, 2018).

7.4.1.4. Turismo Rural

Es una actividad productiva territorial la cual se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos, por lo tanto, se perfila como una de las actividades que más integra las dimensiones de la ruralidad y concentra el carácter multifuncional de un territorio, donde se toman todos los recursos rurales, se combinan y

organizan de manera muy diversa en productos turísticos con oferta de actividades variadas. Por otro lado, es una actividad complementaria de todas las economías del medio rural, por lo tanto, sus efectos en el desarrollo socioeconómico como en su incidencia positiva en materia de generación de empleo y valoración de los recursos rurales. (Pérez, 2010, pág. 508-509).

7.4.1.5. Agroturismo

El término se asume desde la perspectiva que en el mismo se incorpora el accionar del medio rural, lo agrario y lo agrícola. Por lo tanto, el agroturismo es una forma de turismo alternativo el cual tiene su esencia basada en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento al desarrollo de actividad principal, generando un ingreso de capital adicional por los servicios y productos ofrecidos a la población turista. (Rodríguez, 2019, pág. 63).

7.4.1.6. Ecoturismo

El turismo ecológico es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística.

Dando un enfoque a la responsabilidad eco-ambiental para disfrutar del medio natural y la cultura de los ambientes que nos rodean o decidimos visitar, promoviendo las riquezas naturales y culturales dando una conservación en general como a los visitantes o lugareños, de igual manera al sector y sus recursos. (ecotur.es).

7.4.1.7. Turismo de Aventura

El turismo de aventura está enfocado a turismo de la naturaleza, anteriormente llamado turismo alternativo, el cual se diferencia de los convencionales como ir a la playa, o de negocios estos suelen ser menos invasivos para el entorno donde se desarrollan.

El turismo de naturaleza y especialmente el de aventura, permiten al usuario desafiar sus capacidades físicas o límites en cuanto a los entornos naturales, tierra, agua, aire; ya que la mayoría de estas aventuras se desarrollan en estos espacios naturales, proporcionando experiencias extremas y de adrenalina.

Este tipo de turismo con el tiempo ha tomado mayor fuerza, además de ampliar sus horizontes, dando así a los prestadores de estos servicios más ingresos y a su vez creando más posibilidades de atracción para satisfacer al receptor. (Entorno Turístico, 2016)

7.4.1.8. Servicios turísticos.

Según la OEA los servicios turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades ejecutadas coordinadamente, por los productores permitiendo satisfacer al turista, haciendo uso óptimo de las facilidades o industria turística dando valor económico a los atractivos o recursos turísticos. Dentro de los cuales se incluyen los siguientes tipos de servicios:

- Servicio alojamiento
- servicio alimentación
- Servicio de guía
- Servicio de información
- Servicio de intermediación
- Servicio de entretenimiento

7.4.2. Contexto ambiental

7.4.2.1. Conservación

Está definido dentro del contexto ambiental por la *unión internationale pour la conservation de la Nature*, como: “*la gestión de la utilización de la biosfera por el ser humano, de tal suerte que produzca el mayor y sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero que mantenga su potencialidad para satisfacer las necesidades y las aspiraciones de las generaciones futuras*”. (Universidad Nacional Autónoma de México, 2011, pág. 4)

7.4.2.2. Biodiversidad

El concepto de biodiversidad se refiere en general a la variabilidad de la vida y a los ecosistemas, constituye el capital social natural de las naciones. La biodiversidad incluye tanto los ecosistemas terrestres como los acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte, así como la diversidad entre las especies y dentro de cada especie. La biodiversidad proporciona varios servicios benéficos para la preservación del medio ambiente, entre ellos están la degradación de desechos orgánicos, la formación de suelos y el control de la erosión, la fijación del nitrógeno, el incremento de los recursos alimenticios, el control biológico de plagas, la polinización de las plantas, la elaboración de medicinas farmacéuticas y naturistas, entre muchos otros. Entre las causas que contribuyen a que en un país o región se cuente con diversidad biológica están la topografía, la variedad de climas y la historia geológica, biológica y cultural. (Pereira Morales et al., 2011).

7.4.2.3. Conservación de Biodiversidad

La conservación de la biodiversidad es lograr que toda la humanidad como responsable de la pérdida de esta, protejan, mantengan y conserven la variedad de seres vivos como los animales, plantas, hongos, microorganismos, genes y los ecosistemas. Es decir, conservar la diversidad de especies es cuidar, valorar y preservar los hábitats, espacios naturales y el medio ambiente. (Encolombia & Pineda, 2021)

7.4.2.4. Energías renovables

Se denomina Energía Renovable a la energía que se obtiene de fuentes naturales inagotables, ya sea por la inmensa cantidad de energía que contienen o por ser capaces de regenerarse por medios naturales.

En consideración a su grado de desarrollo tecnológico y a su nivel de penetración en la matriz energética de los países, las Energías Renovables se clasifican en Energías Renovables Convencionales y Energías Renovables No Convencionales. Dentro de las primeras se considera a las grandes centrales hidroeléctricas; mientras que dentro de las segundas se ubica a las generadoras eólicas, solares fotovoltaicos, solares térmicos, geotérmicos, mareomotrices, de biomasa y las pequeñas hidroeléctricas. También se consideran renovables cuando se obtienen a partir de fuentes que se regeneran con el tiempo de manera natural, como la masa forestal. Una de las principales ventajas de las energías renovables es que, además de ser inagotables, presentan un nulo o bajo impacto negativo sobre el medio ambiente, por lo que se consideran energías limpias. (OSINERGMIN, n.d.)

7.4.2.5. Manejo de residuos sólidos

El manejo de desechos sólidos es la gestión de los residuos, la recogida, el transporte, tratamiento, reciclado y eliminación de los materiales de desecho.

El término generalmente se refiere a los materiales producidos por la actividad humana, y, en general, para reducir sus efectos sobre la salud y el medio ambiente. La gestión de los desechos es también llevada a cabo para recuperar los propios recursos de dichos residuos. La gestión de los desechos puede implicar tanto, estados sólidos, líquidos, gases o sustancias radiactivas, con diferentes métodos y técnicas especializadas para cada uno. La reducción de la generación de los desechos (variedad de materiales reciclables, junto con la elección de los productos con pocos envases). La reutilización de los residuos (por ejemplo, el casco de las botellas), El reciclaje de residuos (tratamiento de materiales: el compostaje, papel reciclado, o la transformación en energía: la energía térmica, etc) (Desechos sólidos, n.d.)

7.4.2.6. Protección del suelo

La protección de los suelos es fundamental para la seguridad alimentaria. El suelo es un recurso fundamental para sostener la vida. Es un recurso que proporciona nutrientes, agua y minerales para las plantas y árboles, almacenar carbono y es hogar de miles de millones de animales. Según el artículo 146 del Decreto 190 de 2004, el suelo de protección es una categoría de suelo constituido por las zonas y áreas de terrenos localizados en suelo urbano, rural o de expansión, que por sus características geográficas, paisajísticas o ambientales, o por formar parte de las zonas de utilidad pública para la ubicación de infraestructuras para la provisión de servicios públicos domiciliarios o de las áreas de amenazas y riesgo no mitigable para la localización de asentamientos humanos, tiene restringida la posibilidad de urbanizarse. (Secretaría distrital de ambiente, 2021).

8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

La ficha de caracterización tiene como objetivo, servir de insumo para la realización de caracterizaciones poblacionales de productores de servicios agro-ecoturísticos, partiendo del estudio de resultados de determinadas variables previamente identificadas, que evalúan factores puntuales (edad, sector productivo, categoría, producto o tipo de servicio ofrecido, ubicación, entre otros) sobre cada productor.

Por otro lado, la identificación de las variables está dada por la importancia de la recolección de datos que contribuyan en la determinación de la situación actual de la población, sus necesidades, sus oportunidades y posibles amenazas: para de este modo aportar en el entendimiento del sector de Sumapaz.

Las variables identificadas para incluir y utilizar en la caracterización son:

1. Edad de los productores.
2. Pertenencia a alguna etnia.
3. Sector productor (Actividad turística y agronómica).
4. Categoría (Ecoturismo, agroturismo, turismo aventura, etc.)
5. Producto o Tipo de servicio (Descriptivo).
6. Vereda/ localidad.
7. Uso de herramientas virtuales.
8. Conocimiento y cumplimiento con las normas vigentes.
9. Disponer de planes de gestión ambiental, gestión de residuos sólidos, de educación ambiental.
10. Impacto post Covid-19 y sus consecuencias.
11. Procesos de gestión del cambio en la organización.

	Eco arqueología		Aprendizaje de dialectos		Otros. ¿Cuáles? _____		
Se cuenta con cuál de los siguientes planes							
	Plan de Gestión Ambiental		Plan de Manejo Integral de residuos Sólidos		Plan de educación ambiental		
	Conservación de biodiversidad		Protección y Conservación del suelo		Uso de energías alternativas		
	Ninguno de los anteriores		Otro ¿Cuál? _____				
INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA							
En qué rango se encuentra la cantidad de personal que trabaja en su negocio							
	Menos de 15 personas			Entre 15 a 30 personas			
	Entre 31 a 45 personas			Más de 45 personas			
Se encuentra asociado con otros productores, si su respuesta es sí, continúe con la siguiente pregunta, en caso de su respuesta ser no, no responda las dos siguientes preguntas.					SI		NO
Con cuantos productores cuenta la asociación en la cual se encuentra vinculado.							
	De 1 a 5 productores			De 6 a 10 productores			
	De 11 a 15 productores			Más de 15 productores			
Nombre de la asociación en la que se encuentra vinculado							
¿A qué tipo de red de turismo pertenece?				Privada		Pública	
Tiene conocimiento de la normatividad vigente aplicable a los productos del agroturismo					SI		NO
cuenta con acceso a procesos de formación y capacitación continuos sobre temas asociados a su actividad económica					SI		NO
Hace uso de algunas de las siguientes herramientas tecnológicas							
	Página Web		Herramientas no virtuales (como volantes, radio, propagandas, periódico)		Redes Sociales		

WhatsApp Business		todas las anteriores		ninguna de las anteriores
Con qué finalidad utiliza las herramientas tecnológicas anteriores				
Publicidad y Marketing				Ventas
Reservas			otra ¿Cuál? _____	
INFORMACIÓN POST-PANDEMIA				
Como usted sabe la pandemia a nivel mundial ha tenido graves consecuencias económicas en el sector turístico, ¿Cómo considera el impacto del covid 19 frente a su negocio?				
	Alto		Medio	
				Bajo
¿Qué consecuencias se presentaron en su negocio a causa del Covid 19?				
	Reducción de personal		Disminución de ingresos	
				Pérdida de productos perecederos
	Disminución demanda servicios turísticos		Cierre temporal de la organización	
				Cierre total de la organización
	Ninguna de las anteriores		Otra ¿Cuál? _____	
Realizó algunos de los siguientes procesos de gestión del cambio frente a los desafíos que se presentaron durante la pandemia:				
	Adopción de nuevas herramientas		Asociación con productores vecinos	
				Reestructuración del plan de negocio
	Vinculación a alguna red de turismo regional		Ninguna de las anteriores	
				Otra ¿Cuál? _____ _____

Tabla 2. Ficha de caracterización

10. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Inicialmente la selección de la muestra está dada por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 * p * q}{i^2}$$

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 272 \text{ productores}$$

La anterior fórmula permite determinar el valor de la muestra en una población desconocida con un porcentaje de confianza de la investigación del 90% y un margen de error inferior a 5%. Sin embargo para el desarrollo de la validación de la ficha la selección de muestra poblacional para la validación del instrumento propuesto para la caracterización de productores, se llevó a cabo de manera directa de las bases de datos obtenidos de los líderes del proyecto PUNTO VERDE, pese a la difícil situación por la que se está atravesando en la actualidad, que impide un acercamiento con la población para la recopilación de información poblacional, debido a la obligación de cumplimiento de los protocolos de bioseguridad establecidos para el cuidado y prevención de contagio del virus Covid-19.

Por lo tanto, y como se mencionó anteriormente la muestra para el desarrollo de esta investigación es igual a 16 productores teniendo una población inicial de 42. Por otro lado, la muestra se divide en los municipios de la siguiente forma:

- **Fusagasugá:** 8 productores
- **Silvania:** 7 productores
- **Granada:** 1 productor

11. ANÁLISIS DE RESULTADOS

11.1. Insumo: Ficha de caracterización

Para la validación del instrumento propuesto para la caracterización de la población productora de los municipios de Fusagasugá, Silvania y Granada, este se implementó en 16 productores, lo cual, dio como resultado una actualización en la base de datos de los productores agro-ecoturísticos, recopilando información relevante acerca de las actividades económicas de éstos, oferta de servicios, acceso a programas de formación, productividad, asociaciones e impacto económico durante la pandemia. Por otro lado, se obtuvo el registro del uso de tecnologías en sus proyectos y planes de negocio implementados en este tiempo.

Cabe resaltar que debido a los impactos de la pandemia por Covid-19, en la implementación de la ficha de caracterización se presentaron varios cambios, uno de ellos y el principal es la gran diferencia entre la muestra poblacional establecida inicialmente y la muestra poblacional seleccionada. A pesar de la diferencia, la validez de la ficha como instrumento de caracterización poblacional se dio de manera asertiva, dado que el número de productores encuestados permite evidenciar la validación de este instrumento por parte de los mismos, gracias a las respuestas que contribuyen en la determinación de relación entre el mismo y las consideraciones teóricas a tener en cuenta a la hora de realizar una caracterización poblacional de productores en los municipios de Fusagasugá, Silvania y Granada Cundinamarca pertenecientes a la región de Sumapaz.

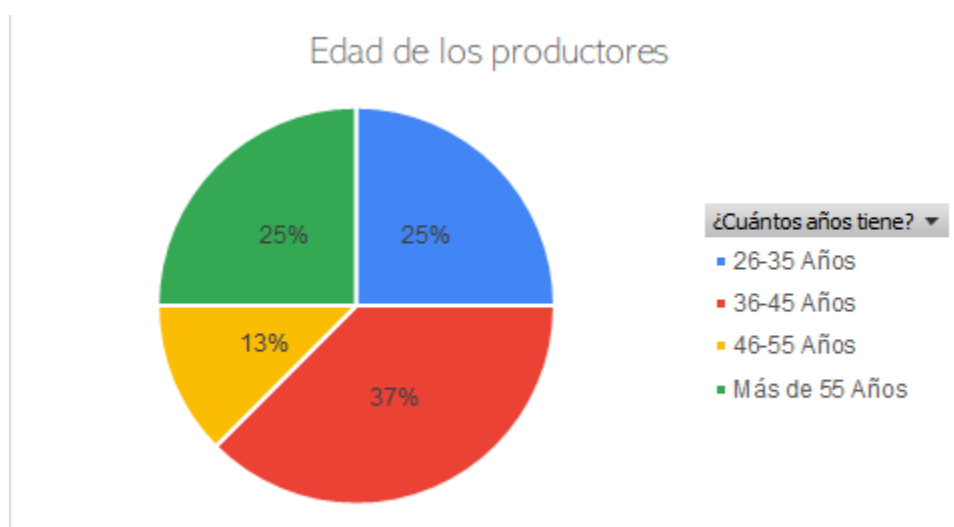
También se entiende que gracias al mismo hecho de que se haya respondido de manera clara y asertiva por parte de los productores, permite dar validez del constructo, lo cual según (Namakforoosh, 2007, pág. 28), es la necesidad de “relacionar el instrumento de medición con un marco teórico para determinar si el instrumento está ligado a los conceptos y

a las consideraciones teóricas”. Permitiendo establecer esta ficha como insumo para caracterizaciones de poblaciones productoras de servicios y productos agro-ecoturísticos en los diferentes municipios de la región del Sumapaz.

Por último, es importante tener en cuenta que el instrumento se formuló en 4 secciones las cuales permiten la recolección de información de ámbito general, personal, económico, administrativo y post Covid-19. Información que se analiza a continuación y que permite realizar la caracterización poblacional.

11.2. Sección 1. Información General

En la sección 1 se encuentran preguntas de información general del productor como Nombre, Tipo de documento y Número de identificación personal o empresarial, Edad y Grupo étnico si corresponde; todo esto, con la finalidad de conocer a los productores y postular una base de datos que permita tener acceso a información personal permitiendo integrarlos en los procesos organizacionales y de desarrollo en el sector productivo vinculado a su actividad económica.



Gráfica 5. Análisis de edad de los productores. Fuente: Autoras

De los resultados obtenidos en el gráfico 1, se obtiene que el 37% de la población productora encuestada tienen entre 36 y 45 años de edad y en general, el 62% de los productores están en un rango de edad de 26 a 45 años de edad, de lo cual, se puede apreciar que gran parte de los productores agro-ecoturísticos de la región del Sumapaz, son población adulta joven.

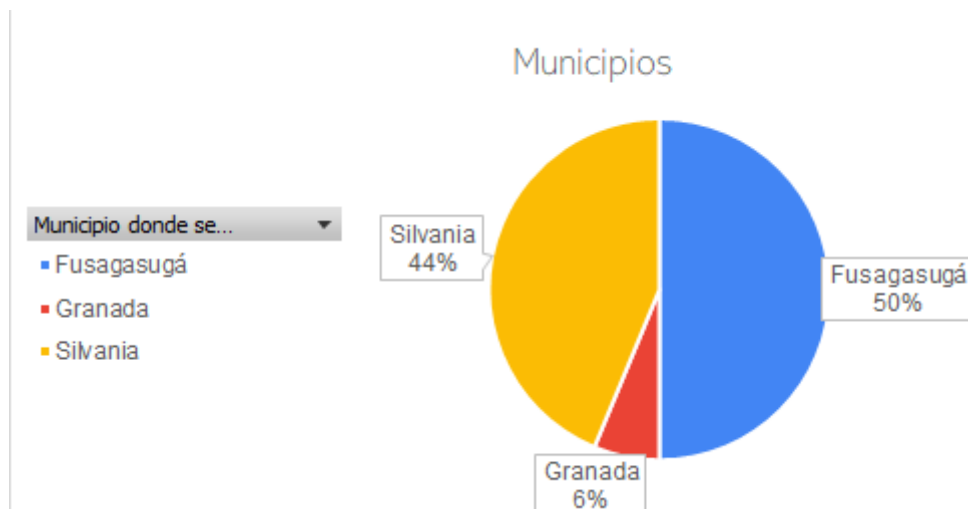


Gráfica 6. Pertenencia a grupo étnico. Fuente: Autoras

Por otro lado, del gráfico 2 se evidencia que no se obtiene registro de pertenencia a algún grupo étnico o poblacional específico por parte de los encuestados.

11.3. Sección 2. Información de actividad económica

En esta sección se obtienen datos como nombre de la organización, ubicación local y municipio verificando que los productores encuestados se encuentren específicamente en los municipios de Fusagasugá, Silvania y Granada, ya que dichos municipios son enfoque del proyecto.



Gráfica 7. Municipio al que pertenecen los productores encuestados. Fuente: Autoras

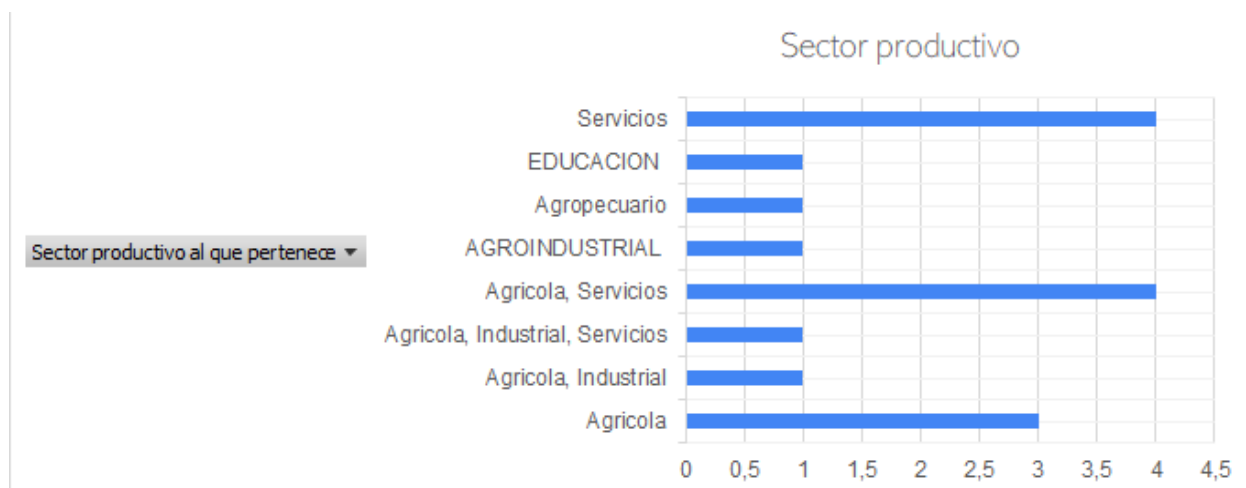
De las respuestas obtenidas, representadas en el gráfico 3, se evidencia mayor respuesta por parte de productores del municipio de Fusagasugá con 50% de la población y Silvania con un potencial de 44% de la población productora encuestada. Se puede concluir que, los municipios de Fusagasugá y Silvania, por su mayor densidad geográfica, tuvieron mayor participación en la toma de datos de los productores. También, se evidencia que la mayoría de los productores de la región se encuentran ubicados en zonas rurales, veredas, corregimientos y vías alejadas del centro de los municipios o ciudades.

Por otro lado, los resultados representados en este gráfico, dan respuesta a lo planteado en el plan de competitividad para la provincia de Sumapaz 2010, donde se considera el municipio de Fusagasugá como una de las tres principales centralidades que junto a Facatativá y Zipaquirá articulan la subregión del Sumapaz con la región capital y la región central del país. Teniendo como prioridad su crecimiento por medio de estrategias como el incremento de sus actividades productivas dando valor agregado a su suelo rural. (Cámara de comercio de Bogotá, 2010)

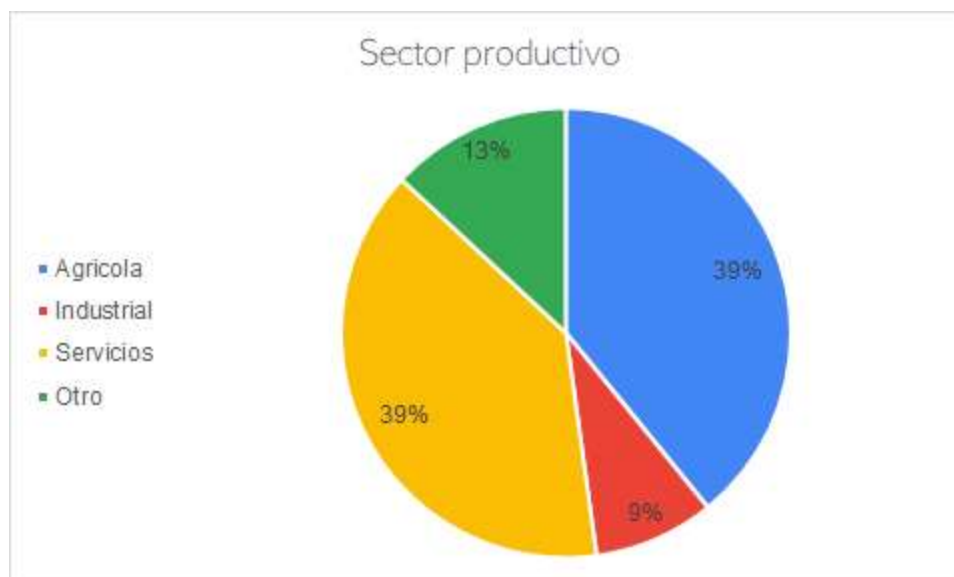
Cabe resaltar que los municipios de Silvania y granada son considerados como centralidades para la articulación interna de la región del Sumapaz, cuya función es albergar equipamientos dirigidos a suplir las demandas del conjunto de municipio de su respectivo entorno inmediato. Donde de acuerdo con su condición especialmente rural pueden consolidar y expandir su actividad agrícola al servicio de la región. Dando como resultado junto a Fusagasugá la consolidación del corredor recreativo y turístico de clima templado. (Cámara de comercio de Bogotá, 2010)

Por último, de las consideraciones anteriores se evidencia que los 3 municipios siempre han sido de valor turístico contemplando el desarrollo de los suelos rurales, por lo tanto, son los municipios de interés para el desarrollo del enfoque del proyecto.

También se obtienen datos sobre el sector productivo al que pertenecen los productores, su categoría como actividad económica y los servicios ofrecidos que abordan el agro-ecoturismo de la región obteniendo los datos que muestran los gráficos 4, 5 y 6 respectivamente.



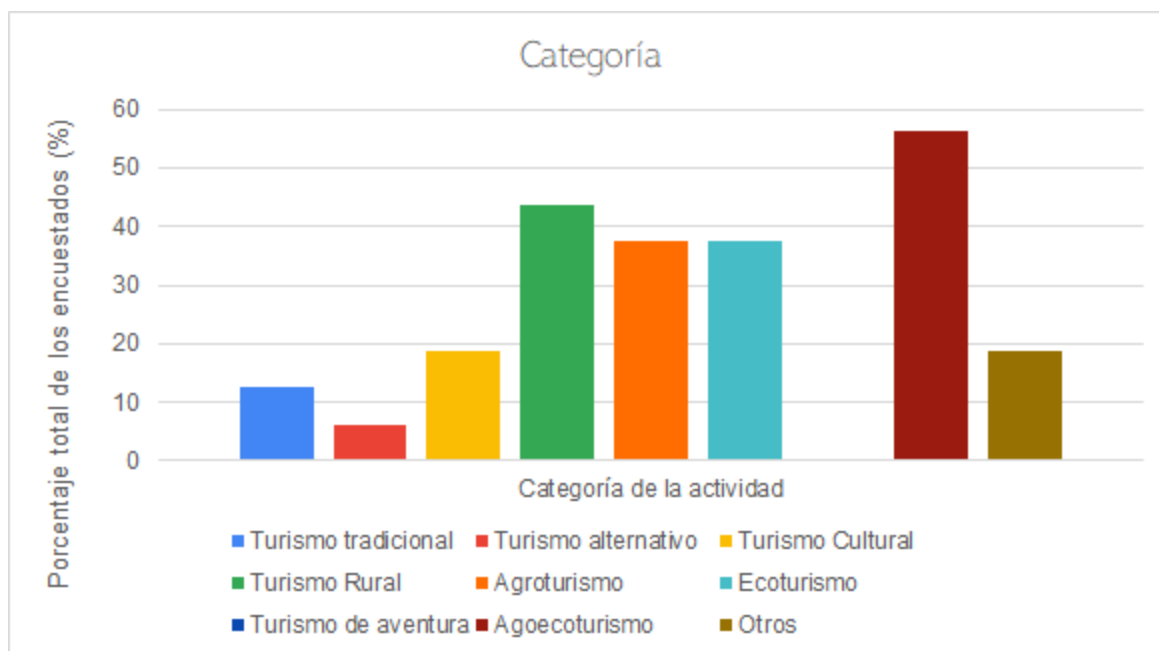
Gráfica 8. Sector productivo al que pertenecen los productores, respuesta individual. Fuente: Autoras



Gráfica 9. Sector productivo al que pertenecen, porcentualmente. Fuente: Autoras

De la información anteriormente expuesta en la gráfica 5, los sectores de servicios e industrial son los sectores con más acogida dentro de los productores con un 39% cada uno. Al menos el 43% de la población encuestada, manifestó estar representada por al menos 2 sectores productivos y Otros con un porcentaje de 13% se especifican en sectores de Educación, agroindustrial, agropecuario.

Por otro lado, se tiene dentro de las respuestas a la **Institución Educativa Municipal Inst. Técnico Agrícola Valsalice**, la cual se encuentra en proceso de adopción de planes y estrategias para aprovechar el potencial agro-ecoturístico, para la obtención de conocimiento no solo en los estudiantes sino en la comunidad en general, dando de este modo un valor agregado su plan educativo.



Gráfica 10. Categoría a la que pertenecen los productores. Fuente: Autoras

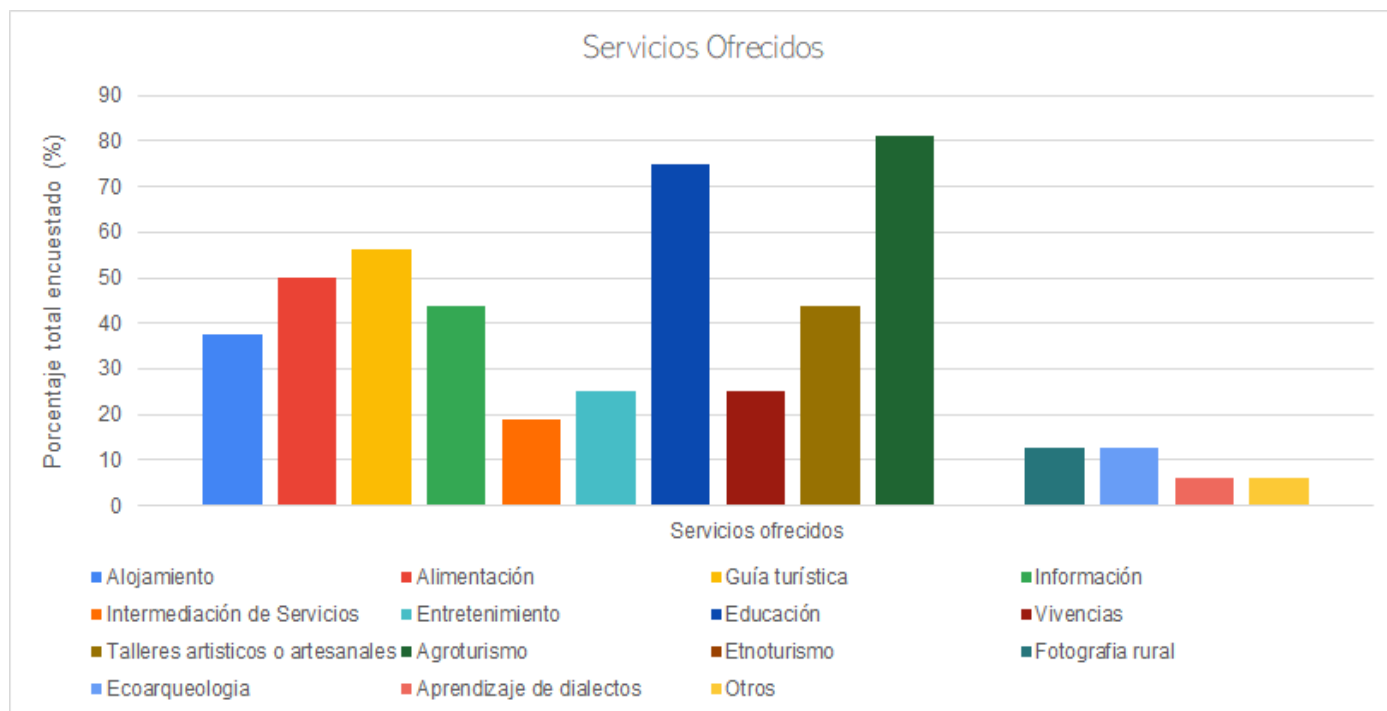
Como se observa en la gráfica anterior, el 56.25% de los productores encuestados se encuentran dentro de la categoría del agroturismo como actividad económica, se entiende que la región del Sumapaz, haciendo énfasis en los municipios de Fusagasugá, Granada y Silvania, tiene fuerte potencial en dicha actividad, así como en Turismo rural, el cual se representa en un 44% y en agroturismo y ecoturismo con un 37.5% respectivamente, del total de los encuestados.

Por otro lado, se puede entender que el agroturismo es la categoría que mayor se realiza en la región debido a su consideración como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribución con la generación de ingresos adicionales a los productores agrícolas, agropecuarios y pequeños agro procesadores. esto gracias a que el paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son inherentes a la vida rural los cuales valorizados a

través del turismo pueden complementar y diversificar las economías del sector. (Blanco M. & Riveros S., 2010)

También se encontraron otras categorías descritas por los encuestados como: Turismo regenerativo, turismo agropecuario y servicios de asesoría e implementación de bioconstrucciones.

Por último, cabe resaltar que, dentro de la población productora encuestada, ninguno registra turismo de aventura como actividad principal o económica, dando como resultado un 0% en la tabla de valor. Esto se puede deber a que las condiciones geográficas de las organizaciones o fincas productoras encuestadas no son las apropiadas para este tipo de actividad, debido a que este es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos, y tiene a asociarse con un tipo de actividad física el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. también incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, la escalada, el rafting, la bicicleta de montaña, entre otros. (Comité de Turismo y Competitividad-CTC, 2019)



Gráfica 11. Servicios ofrecidos por los productores. Fuente: Autoras

De los resultados obtenidos se entiende que el 81% de los encuestados prestan servicios de agroturismo y el 75% presta servicios educativos. También, se tiene una alta acogida en servicios como guía turística con un 56%, servicio de alimentación con un 50% e información y talleres artísticos o artesanales con un 44% respectivamente. En el caso del servicio de etnoturismo ningún productor encuestado lo presta dando un resultado de 0%.

Esto se puede analizar desde dos perspectivas, la primera es que, al ningún productor pertenecer a alguna etnia o grupo indígena pues no se puede prestar, entendiendo que el etnoturismo son los viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones (Morales González), de tal manera se evidencia por qué no se presta este servicio en los productores encuestados. La segunda es la presencia de obstáculos para su desarrollo, los cuales están directamente relacionados con la falta de planificación, lo que se refleja en la ausencia de una política pública adecuada para el área de

turismo. Por otro lado, el desinterés de la población en debatir e involucrarse en la planificación turística y cultural de la región. (Buenaño Allauca & Marca Altamirano, 2015)

Por último, es importante resaltar que cada productor maneja uno o varios servicios dentro de su plan de negocio.



Gráfica 12. Plan de negocio de los productores. Fuente: Autoras

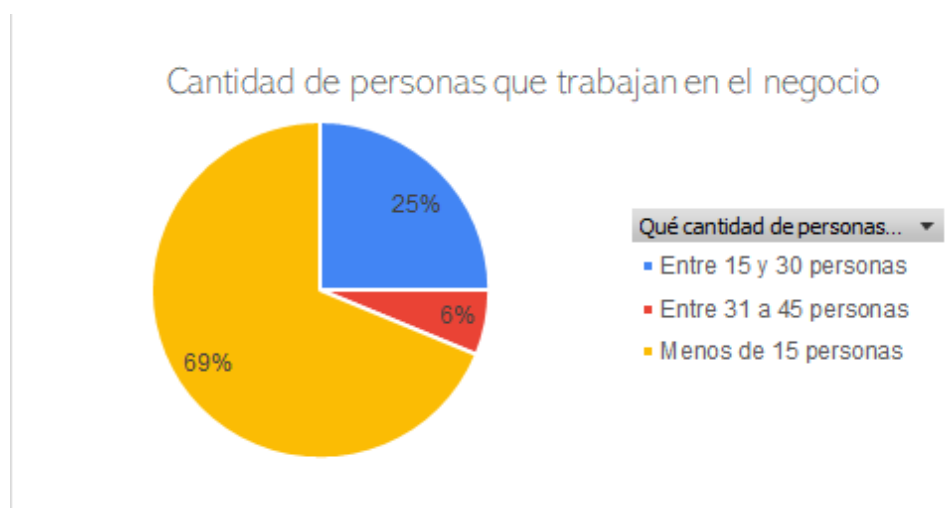
Se encontró que la mayoría de los negocios de los productores encuestados cuenta con al menos un plan de negocio, sólo 1 productor de la población encuestada no cuenta con ninguno de estos y un 56% de los encuestados cuenta con 4 o más de estos planes de negocio mencionados, siendo el Plan de protección y conservación de suelos el más común entre los productores con un 68% del total encuestado. Otros planes con alta demanda son el Plan de educación ambiental y Plan integral de manejo de residuos sólidos con valores de 62% y 53% respectivamente.

Cabe resaltar que los planes que más se implementan por parte de los productores en la región de Sumapaz, en primer medida responden como estrategias de mitigación de los impactos negativos generados en las propiedades de los suelos a causa de las diferentes actividades productivas que se desarrollan en esta región; en segunda medida responden a la necesidad de generar conciencia en la comunidad y en los turistas sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, dando a conocer la viabilidad que tiene el desarrollo sostenible en el camino hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las personas; en tercer medida responde al manejo de las 3 R(reducir, reciclar, reutilizar) dentro de las organizaciones con la metodología de un PGIRS, donde todo como conjunto es un avance hacia la generación de una economía circular, la cual se entiende como un modelo económico basado en el principio de “cerrar el ciclo de vida” de los recursos de forma que se produzcan los bienes y servicios necesarios al mismo tiempo que se reduce el consumo excesivo de agua, energía y materias primas. Este tipo de ciclo cerrados de producción y consumo contribuyen en la conservación de recursos naturales al tiempo que al desarrollo sostenible. (JLP, 2016)

Por último, cada plan estipulado dentro de la ficha tiene gran valor en el manejo adecuado de la organización teniendo en cuenta los recursos naturales renovables y no renovables que rodean el entorno productivo en el que se desempeñan. a su vez estos planes hacen parte de una gestión estratégica de las organizaciones, la cual es de vital importancia ya que garantiza la existencia de estas con el paso del tiempo dando las bases y herramientas para la adaptación y respuesta a desafíos y cambios que se pueden presentar en un futuro.

11.4. Sección 3. Información administrativa

Esta sección está compuesta por los resultados obtenidos a preguntas dirigidas hacia la parte administrativa de las organizaciones, datos como el número de empleados, existencia de vinculación a alguna asociación, pertenencia a una red de turismo, conocimientos acerca de la normatividad vigente legal aplicable a los productos agro-ecoturísticos y por último, acceso a procesos de formación y capacitación, resultados expuestos en las siguientes gráficas:



Gráfica 13. Cantidad de personas que trabajan en el negocio. Fuente: Autoras

Según los resultados obtenidos, el 69% de los productores encuestados cuentan con proyectos o negocios pequeños considerándolos como Microempresa, con personal no superior a 10 personas y pequeñas empresas en el rango de 11 a 50 trabajadores, según (ACOPI.), en el caso de nuestros encuestados, de 30 personas.

Como dato importante se resalta que los productores que indican una cantidad de empleados superior a 15 personas son fincas de producción agrícola y prestadora de servicios ecoturísticos, redes asociadas de productores y parques ecoturísticos, y por otro lado, mayores a 45 trabajadores se encuentran centros educativos con énfasis agropecuario como lo es la institución educativa Valsalice en Fusagasugá.



Gráfica 14. Productores asociados. Fuente: Autoras

A partir de los resultados obtenidos en la gráfica anterior, se encontró que el 69% de los productores no se encuentran asociados y un 31% de los encuestados si trabajan en asociación con otros productores de la región en donde se relacionan servicios y productos ofrecidos por cada uno de estos al igual que la implementación de proyectos.

Cabe resaltar los beneficios con los que cuentan el porcentaje de productores que se encuentran asociados, para ello se debe entender que una asociación empresarial de cualquier índole está pensada siempre para sumar y remar en la misma dirección, pese que aporta proporcionalmente al esfuerzo que se ponga en ella.

De este modo unir fuerzas con otro productores en primer lugar da como logro el aprendizaje continuo, pese a que todo productor tiene algo que puede aportar con los demás miembros que tengan intereses y preocupaciones similares, esto por medio de compartir las experiencias vividas tanto errores como aciertos; en segundo lugar, la formación continua dentro de estas están directamente referida a las diversas estrategias, cursos y seminarios que son promovidos desde la misma asociación, aquí no se habla de consejos, ejemplos y paradigmas del buen saber, sino de conocimientos impartidos y recibidos por parte de los

trabajadores de las empresas asociadas o de los mismos productores; entendiendo esta uno de los secretos del éxito de las organizaciones. (ANEC, 2017).

Entendiendo el ámbito del agro ecoturismo y de sus productores en la región, las asociaciones no solo permiten el aprendizaje y los procesos formativos, también dan paso a la colaboración entre ellos, dando un mejor aprovechamiento del entorno ambiental y las posibilidades turísticas de toda la región, esto se entiende en base a que hay proyectos que se pueden desarrollar de mejor manera en colaboración, bien sean proyectos propios o ajenos que requieren conocimientos en diferentes ramas, presentar proyectos conjuntos a convocatorias de la administración o cualquier otro tipo de concurso.

Por otro lado, el no estar vinculado a una asociación deja las organizaciones en desventaja competitiva con los demás de la región, pese a que no cuentan con el apoyo logístico, financiero, informativo, ni con los convenios que pueden contribuir en la resolución de problemas a futuro.



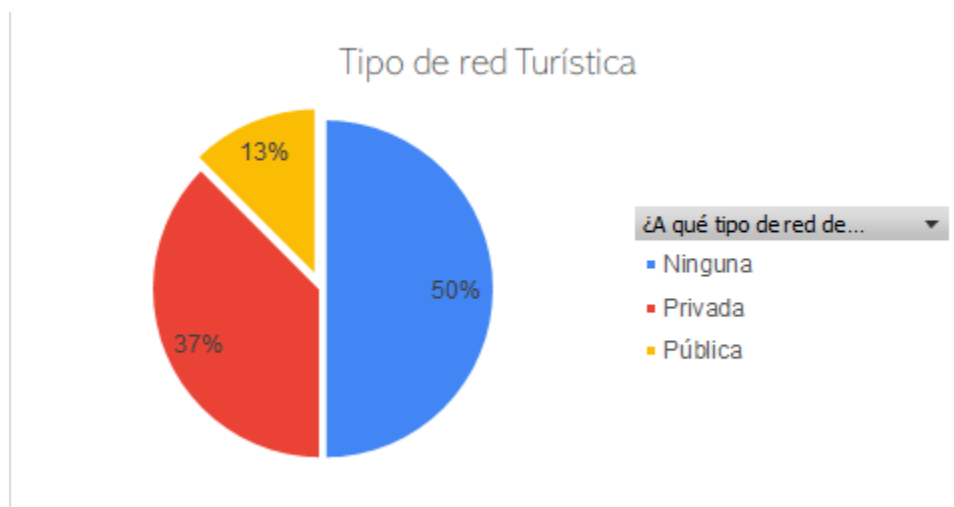
Gráfica 15. Cantidad de productores con los que está asociado. Fuente: Autoras

Con base en los resultados obtenidos en la gráfica, de los productores que se encuentran vinculados a una asociación con productores vecinos, el 40% se encuentran en una asociación que cuenta con más de 15 productores, lo cual representa el 12% del total de productores encuestados.

Entendiendo de este modo que la mayoría de las asociaciones presentes en la región son de pequeño tamaño, y se encuentran relacionadas al mismo tipo de bienes y servicios; pese a que las asociaciones se caracterizan por perseguir objetivos y promoción de intereses que claramente trasciende el ámbito de las relaciones laborales, en especial por lo que se refiere a interés estrictamente económicos de sus miembros. (Revista de política social, 1983)

Encontrándose entre ellas la asociación de productores de mercado ecológico y solidario del Sumapaz (ASOPROMES), la cual está constituida por 26 familias rurales de las cuales 24 vienen provienen de tradición campesina 2 están constituidas por población neorrural. cada una de ellas trabaja en unidades productivas independientes distribuidas a lo largo de dicha región, dentro de la cual se encuentran los municipios de Fusagasugá, Granada y Sylvania, siendo estos de directo interés para el desarrollo de esta caracterización. (ASOPROMES, 2017)

Por otro lado, se logra entender que los productores encuestados que se encuentran vinculados a esta asociación brindan sus productos agro-ecoturísticos de manera artesanal y como un emprendimiento familiar; y que esta asociación con el paso del tiempo va adquiriendo mayor alcance dentro de la región.



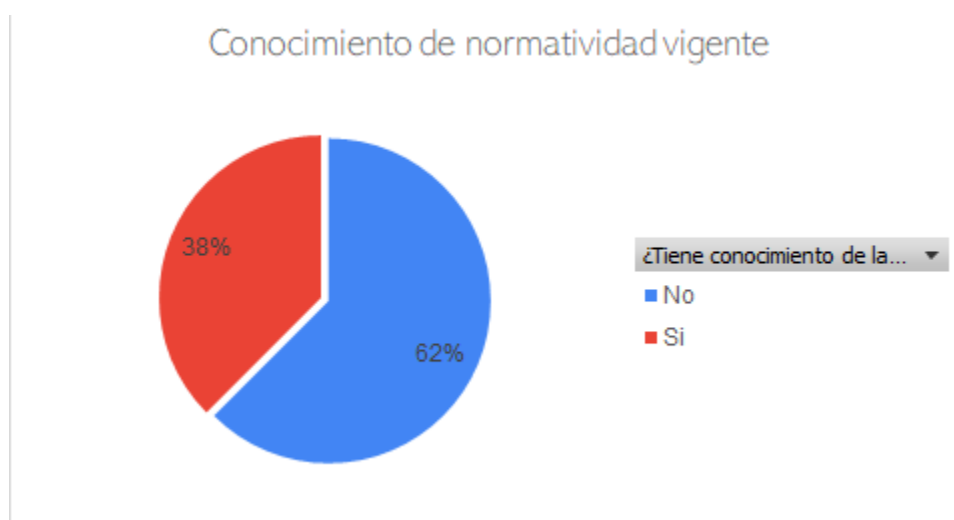
Gráfica 16. Tipo de red turística de los productores. Fuente: Autoras

De los resultados obtenidos se tiene que el 50% de la población encuestada no pertenece a ningún tipo de red turística; siendo esto un obstáculo en la generación de una planificación territorial, para lograr el desarrollo de estos municipios como centros recreacionales y turísticos según está planteado en el plan de competitividad para la provincia de Sumapaz del año 2010.

Por otro lado, cabe resaltar que los productores que no se encuentran en ningún tipo de red turística, tienen desventajas frente a los que sí, pese a que la marca integrada de una red de establecimientos y espacios turísticos hace tangible la reputación de estos, imprimiendo un expresión territorial unitaria aportando valor como “región turística”, reconocimiento, protección legal y comercialización de los productos y servicios ofrecidos por las organizaciones tanto de manera colectiva como de manera individual. (Fernández Latorre, 2013)

Entendiendo la connotación anterior, se entiende la importancia de la formación de una red de turismo interna para la región de Sumapaz, partiendo de la implicación de enlazar funcionalmente productores territoriales y actores turísticos, los cuales son inicialmente

inconexos, esto con el fin de alcanzar un objetivo compartido y coherente, como la promoción de un destino, de un producto o servicio agro-ecoturístico, de una experiencia, o bien de un plan o estrategia turística que contribuya en el desarrollo sostenible de los municipios y por ende de la provincia de Sumapaz.

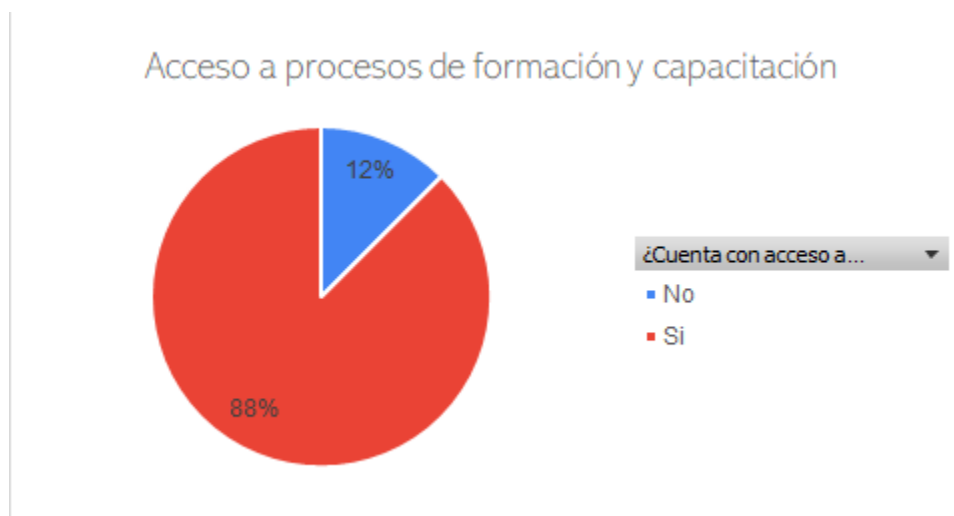


Gráfica 17. Conocimiento de la normatividad vigente por parte de los productores. Fuente: Autoras

De las respuestas obtenidas, se tiene que el 62% de la población productora encuestada no tiene conocimiento de la normatividad vigente aplicable a los productos y servicios ecoturísticos y agro-ecoturísticos. Lo cual se entiende como una gran problemática a nivel organizacional, pese a que como es bien sabido las normas van cambiando conforme lo hace el entorno en el cual se desarrolla una actividad económica, por lo tanto, va en aumento el número de obligaciones legales para las micro y macroempresas por parte de las diferentes administraciones públicas. Por otro lado, en materia ambiental además de ser elevado el número de normas que se deben cumplir estas normas sufren numerosas modificaciones. (EUROFINS, 2020)

De este modo el conocer la normatividad vigente aplicable a cada organización le permitirá a la misma evitar sanciones, prevenir daños medioambientales, anticiparse a nuevos

requerimientos legislativos y mejorar la imagen pública. Todo esto encaminado a una gestión del cambio de manera eficiente y continua que permitirá su existencia con el paso del tiempo.



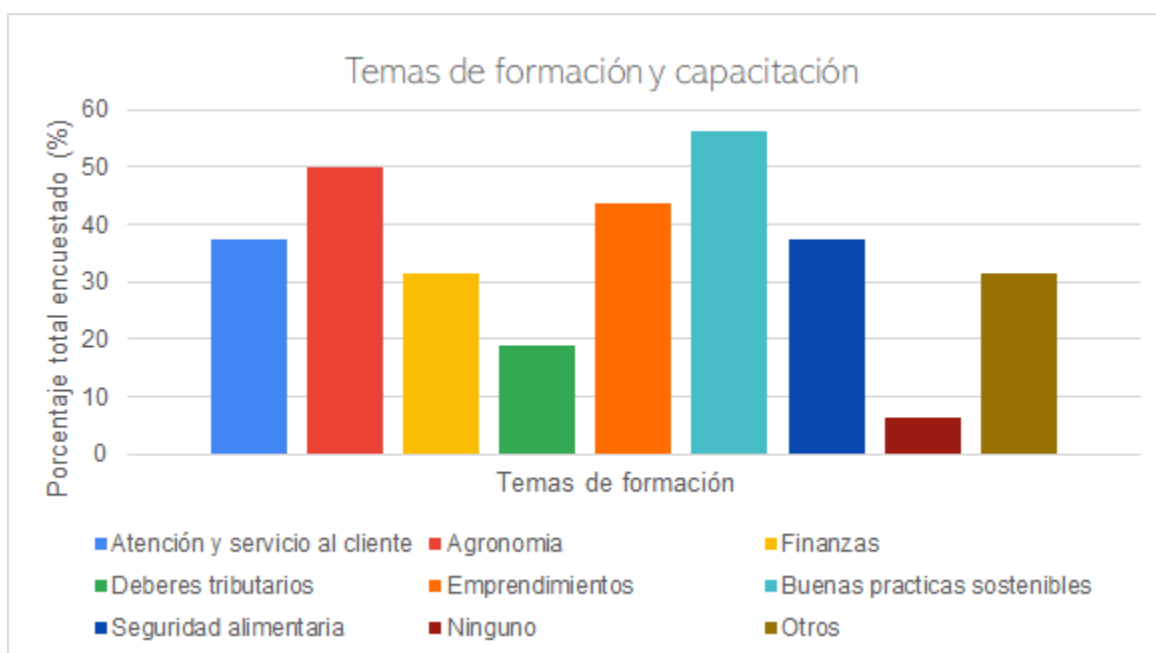
Gráfica 18. Acceso a procesos de formación y capacitación. Fuente: Autoras

Se obtuvo como resultado que el 88% de la población productora encuestada cuenta con acceso a procesos de formación y capacitación, el 12% restante manifiesta que se encuentra en proceso de formación o iniciación del proyecto, por lo tanto, aún no hace uso de estos.

Las capacitaciones y formaciones continuas son de gran importancia para ampliar los conocimientos de las personas que forman parte de las organizaciones y fortalecer sus habilidades competitivas y productivas dentro del mercado. Se pudo evidenciar que el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, es una de las instituciones más usadas por los productores para los procesos de formación en sus negocios, se estima que la institución juega un papel importante no sólo en los municipios donde se implementó el instrumento de encuesta, sino en todo Colombia, siendo la institución de formación para el trabajo más antigua y con mayor cobertura en el país al formar a más del 60% de los estudiantes que

toman carreras técnicas o tecnológicas y a más de cinco millones de Colombianos anualmente en formación complementaria. (Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.)

También se conoce que existen zonas sin acceso a equipos de cómputo y aquellas personas que viven en zonas rurales y apartadas puedan tener inconvenientes para acceder a programas de formación, en Colombia sólo el 68% del total de la población tiene acceso a internet (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) lo que indica que se tendrían que buscar nuevas alternativas de conectividad para los programas de aprendizaje.



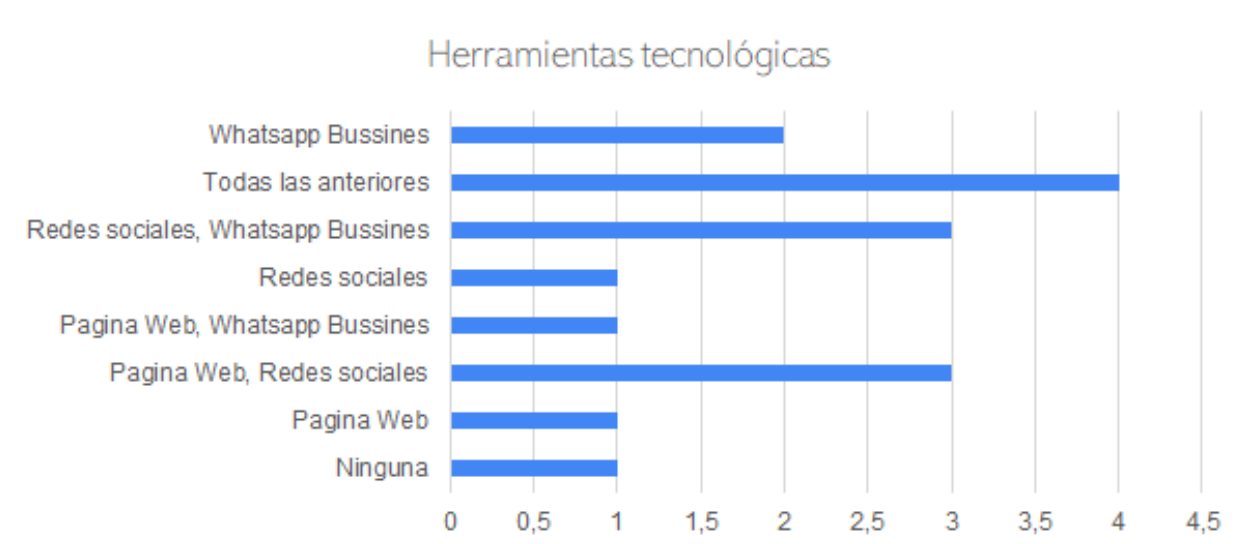
Gráfica 19. Temas de formación y capacitación. Fuente: Autoras

Dentro de los temas de formación y capacitación más comunes dentro de la población productora encuestada, se encuentran temas como: Buenas prácticas sostenibles con un 56.3%, Agronomía con un 50% y emprendimientos con un 43.8%. Además, se tiene como

resultado que el 62% de los encuestados cuentan con al menos 3 o más temas de formación y capacitación continuos dentro de sus proyectos o negocios.

Las empresas Colombianas no deben desconocer estas perspectivas, se debe considerar que las actividades formativas ayudan al aumento de competencias y cualificación de sus trabajadores permitiendo mejorar su sistema productivo mediante calidad y competitividad (Universidad ECCI, n.d.) Temáticas como Buenas prácticas sostenibles, relacionan conceptos de gestión medio ambiental y sostenibilidad para reducir el impacto de la actividad humana y mantener así la biodiversidad y conseguir un desarrollo respetuoso con el medio ambiente lo que permite a los participantes contribuir activamente a la sostenibilidad en sus destinos turísticos. (OEA, n.d.) Por otro lado, el desarrollo de la agricultura en Colombia es de gran importancia para el sector productivo y las organizaciones dentro de esta actividad económica. Existen varios estudios y formaciones de desarrollo rural que promueven el sector y la productividad dentro de esta área. (Perfetti et al., n.d.)

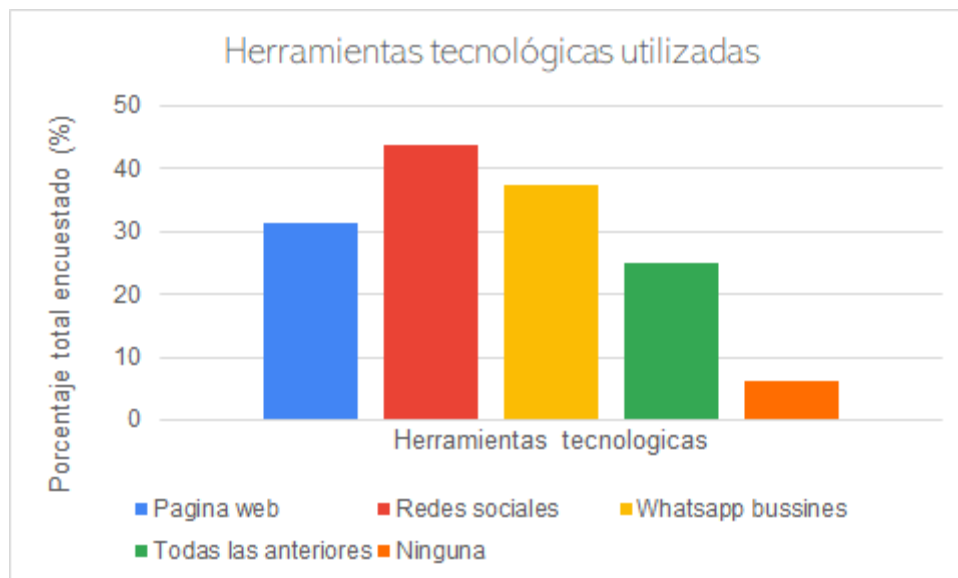
También, se hace necesario obtener información del uso de herramientas tecnológicas como página web, redes sociales, WhatsApp Business, entre otras, y la finalidad de éstas dentro de su actividad económica, permitiendo identificar qué potencial tienen los productores con el uso de plataforma y qué oportunidades se tienen a la hora de implementar proyectos que impliquen el uso de estas u otras herramientas de comunicación y el acceso a estos recursos.



Gráfica 20. Herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras

La gráfica anterior indica la respuesta de cada uno de los productores encuestados, se observa que las herramientas tecnológicas y de comunicación tienen gran acogida por parte de los productores y se tiene que el 68% de los encuestados, cuentan con al menos 2 de las mencionadas.

Según un estudio realizado por Latinoamérica de VTEX, actualmente el 80% de las visitas que se realizan a los comercios electrónicos suceden desde un dispositivo móvil y el 70% de las ventas se hacen por celular. Estos indicadores deben motivar a los comercios para implementar sus modelos de comercio electrónico, en lo posible, adaptados a estas necesidades. (Naranjo, 2020)

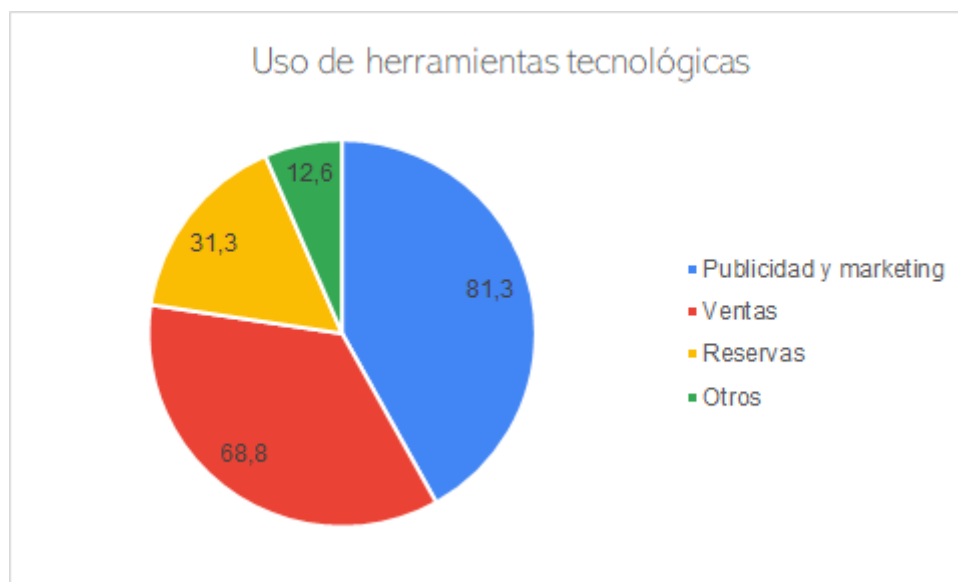


Gráfica 21. Herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras

El gráfico correspondiente a los valores porcentuales, indica que el 25% de la población total encuestada manifestó hacer uso de todas las herramientas tecnológicas mencionadas, siendo las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, las más comunes. A partir de las gráficas anteriores se concluye que al menos un 93% de la población encuestada tiene acceso y hace uso de herramientas y recursos tecnológicos y el restante aún no hace uso de ninguna de estas porque están en proceso de iniciación de proyecto, pero manifiestan que si es posible el acceso a ellas, como lo manifiesta la Finca Agro-ecoturística Agrópolis.

Cómo se sabe, estamos frente a un panorama que aceleró la transformación digital. Este año, tanto empresas como personas han vivido los impactos causados por una pandemia y un nuevo ritmo de vida que pocos se habían planteado. Según un informe de Hootsuite, el 45% de los consumidores globales están pasando más tiempo en los servicios de mensajería; incluso, Facebook reportó que el total de mensajes aumentó un 50% más desde marzo del presente año y se tiene que, los usuarios de las redes sociales han crecido en más del 10%,

llevando el total global a 3.960 millones a principios de julio de 2020; esto significa que, por primera vez, más de la mitad de la población mundial usa las redes sociales” (“Las Tendencias Digitales Que Trae La Nueva Realidad Para Este 2021,” 2020)



Gráfica 22. Uso de herramientas tecnológicas utilizadas por los productores. Fuente: Autoras

De los resultados obtenidos se encuentra que un 62% de la población encuestada utiliza las herramientas mencionadas anteriormente, para fines de Publicidad, marketing y Ventas. Siendo Ventas con un 81,3% de acogida, el uso más común que dan los productores a estas herramientas. Otros usos que se encontraron en esta sección se relacionan con información, capacitación y formación de procesos.

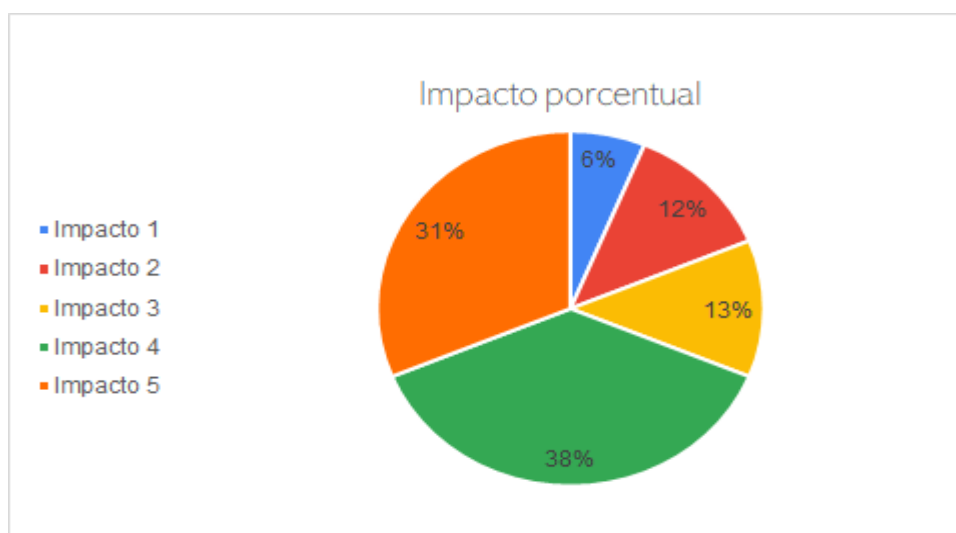
La tecnología bien aplicada ayuda a las empresas a ser más competitivas e incrementar su capacidad de producción, agilizar los procesos, la operación del negocio y mejorar la toma de decisiones, ya que estas herramientas brindan información relevante y en tiempo para las empresas y proyectos (Negocios y PYMES, 2016) Además, a nivel mundial se tuvieron que implementar nuevas prácticas dentro de los negocios, el uso de la tecnología, el e-commerce, marketing digital y recursos online permitieron de algún modo sostener la economía frente a

la pandemia Covid-19. Según un estudio realizado por la Corporación Interactuar sobre las microempresas en Colombia, se mostró que el 57,9 % de las empresas ha incursionado en la economía digital y el 73,2 % ha realizado implementaciones para acceder al mercado, mientras que el 62% mejoró su capacidad operativa (El Tiempo, 2020) pues, la era digital, empujó a los microempresarios a la era tecnológica, siendo este canal de acceso de oferta y demanda en el mercado.

La tecnología está cambiando por completo la sociedad. Por supuesto, los emprendimientos deben adaptarse a esta nueva realidad y, de la mano del desarrollo tecnológico.

11.5. Sección 4. Información Post-Covid 19

La última sección de la ficha de caracterización implementada en los municipios de Silvania, Granada y Fusagasugá; tiene como objetivo recopilar información acerca del impacto y consecuencias de la pandemia a nivel mundial por covid-19 frente a las organizaciones y proyectos de cada uno de los productores encuestados.

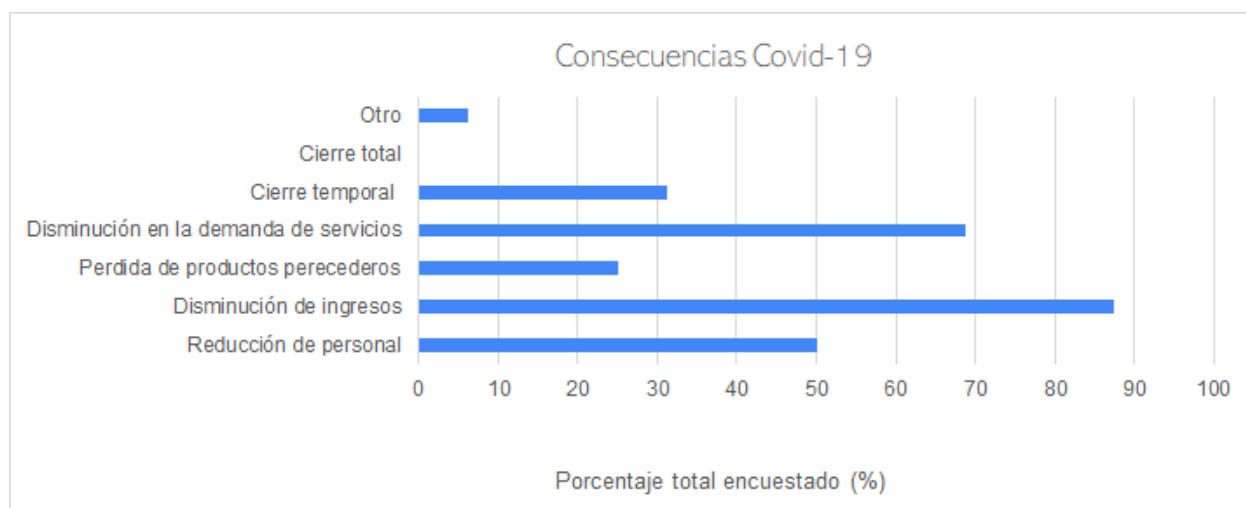


Gráfica 23. Impacto Covid-19. Fuente: Autoras

El impacto se estima entre los valores 1 y 5, siendo 1 un impacto bajo, 3 impacto moderado y 5 un impacto severo, según la información recolectada, se obtuvo que un 69% de la población encuestada manifestó haber tenido un impacto severo, considerándose dentro de los rangos 4 y 5 en la escala propuesta. Esto se debe al cierre sin precedentes de los viajes y del comercio a nivel mundial, donde la crisis no tiene precedentes en tamaño y amplitud, y ha afectado los medios de vida de millones de personas en el mundo. (ONU, 2020)

Por otro lado, los productores que manifestaron tener un impacto menor de 3 indican que se debe a que su actividad económica no depende exclusivamente del turismo, sino también a actividades de producción agrícola.

Según un estudio realizado por la Corporación Interactuar, para conocer el impacto del cese de actividades durante el confinamiento, el 10 % de las microempresas en Colombia se declararon en quiebra por la pandemia de covid-19. Los datos de la encuesta indican también que el 65,7 % de esas compañías se quedaron sin efectivo para financiar su operación y que el 53 % presentó una disminución en sus ventas superior al 50 %. (El Tiempo, 2020)

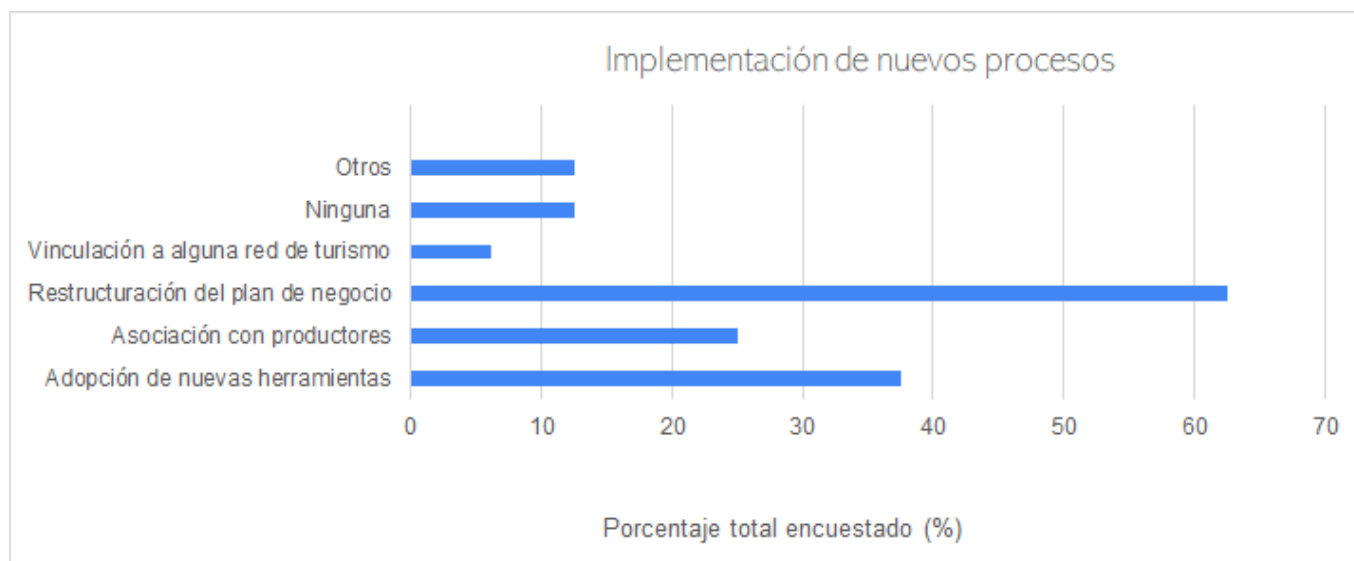


Gráfica 24. Consecuencias Covid-19. Fuente: Autoras

Como consecuencia a causa de la pandemia, el 93% de los productores afirman haberse visto afectados en más de una de las opciones propuestas en la encuesta. Como se puede observar, el 87% de la población productora manifestó haber tenido una Disminución severa de ingresos económicos, un 68% manifestó haber tenido disminución en la demanda de servicios turísticos y el 50% de los encuestados manifestó haber tenido una reducción de personal.

También se obtuvo que ninguno de los encuestados tuvo que realizar un cierre total del negocio, por lo tanto, las encuestas se dirigieron únicamente a productores activos o en proceso de iniciación del proyecto en el momento.

Por último, se indaga acerca de la adopción de nuevos procesos de gestión de cambio en el negocio de cada uno de los productores.



Gráfica 25. Implementación de nuevos procesos. Fuente: Autoras

Como se observa en la gráfica generada con los resultados obtenidos, se encuentra que el 82% del total de la población encuestada tuvo que hacer uso de algún proceso de gestión del cambio en sus negocios, frente a los desafíos que se presentaron durante la pandemia. Un

62% de éstos, tuvo que hacer alguna reestructuración en su plan de negocio y un 37% hizo adopción de nuevas herramientas. Además, se encuentran otras herramientas como Nuevos procesos de investigación/formación y Asesoramiento e implementación de nuevas tecnologías.

En general, el análisis de la información recolectada nos brinda una perspectiva real acerca de los productores con sus negocios y proyectos, nos permite un acercamiento con ellos y conocimiento de los procesos que se llevan internamente. Entendiendo así, que el instrumento de Encuesta empleado, propuesto en el presente proyecto, es acertado y cumple con los criterios necesarios para una caracterización poblacional de productores agro-ecoturísticos, como es el caso, aplicable a diferentes municipios de enfoque.

12. CONCLUSIONES

- En cumplimiento con el primer objetivo específico propuesto al inicio del proyecto, se logró identificar a varios actores y miembros de red productora de servicios y productos agro-ecoturísticos. Al actualizar la base de datos existente, se encontró que muchos de los productores referenciados ya no están vinculados a ninguna red de agroturismo o han cerrado totalmente sus negocios, lo que ha generado una modificación en la base de datos que permitió la caracterización propuesta. Del mismo modo, se encontraron nuevos productores y productores emergentes en fase de iniciación con sus proyectos, los cuales son integrados dentro de la misma caracterización.

- Se identificó la oferta de servicios, productos, instalaciones y actividades agro-ecoturísticas de algunos productores que operan actualmente en los municipios de Granada, Silvania y Fusagasugá. Teniendo en cuenta, que el instrumento empleado tuvo que ser aplicado de manera virtual y vía telefónica, se entienden problemas en la comunicación fluida y la participación poco activa de muchos de los productores en estos municipios.

- Se diseñó una ficha de caracterización de la población productora agro-ecoturística que ofrece estos servicios en los municipios Granada, Silvania y Fusagasugá, obteniendo resultados que permiten un acercamiento con la comunidad con relación a su actividad económica, el manejo que le dan a sus negocios, los retos a los que han tenido que enfrentarse, los planes de negocio implementados. Concluyendo, que la ficha presentada sirve como insumo para la caracterización poblacional y puede ser aplicable a cualquier municipio del departamento.

- Se observó que la ficha cumple con los parámetros de caracterización necesarios para los productores agro ecoturísticos de los municipios estudiados, sin embargo, la

implementación del instrumento presentó dificultad al tenerse que desarrollar a través de medios digitales y vías telefónicas como medida frente al Covid-19, pues, al no tener interacción directa con los productores, fue evidente la falta de interés o colaboración para el diligenciamiento de la ficha por parte de algunos de los productores, teniendo en cuenta además factores como tiempo y conectividad .

- La falta de asociaciones entre productores de la región se entiende como uno de los limitantes del desarrollo socioeconómico de los mismos, partiendo de la desventaja competitiva en la que se encuentran la mayoría frente a la minoría que si se encuentra vinculado a algún tipo de asociación.
- La pandemia por Covid-19 permite evidenciar la falta de gestión del cambio dentro de las organizaciones productoras de servicios agro-ecoturísticos, lo cual se entiende como el mayor obstáculo de adaptación a los cambios dados en el entorno de manera asertiva y efectiva.

13. RECOMENDACIONES

Con base en lo observado en la implementación de la ficha de caracterización se consideran las siguientes recomendaciones:

- Generar la planificación y ejecución de planes de capacitación a los productores, en temáticas como gestión del cambio, para la subsistencia de las organizaciones y emprendimientos frente a los diferentes desafíos que se presenten en el mediano y largo plazo, como parte del proyecto BAGÜE realizado por la Universidad de Cundinamarca.
- Establecer el desarrollo y formación de asociaciones y redes de turismo entre productores, con la finalidad de generar un desarrollo socioeconómico y ambiental a nivel regional, como complemento a los proyectos realizados por parte de la universidad de Cundinamarca y las entidades territoriales correspondientes a la jurisdicción de la región de Sumpaz, más en específico de los municipios de Granada, Sylvania y Fusagasugá Cundinamarca.
- Dar a conocer la importancia del conocimiento y cumplimiento de la normatividad vigente, por medio de jornadas de concientización y sensibilización frente al tema; con el fin de mitigar y disminuir la presencia de prácticas ilegales, por parte de la universidad de Cundinamarca en colaboración de las alcaldías municipales y demás entidades territoriales.

14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El desarrollo del proyecto se plantea para un periodo de tiempo de 14 semanas a partir del 22 de Marzo del año 2021, en las cuales se realizan las siguientes actividades comprendidas dentro del cronograma:

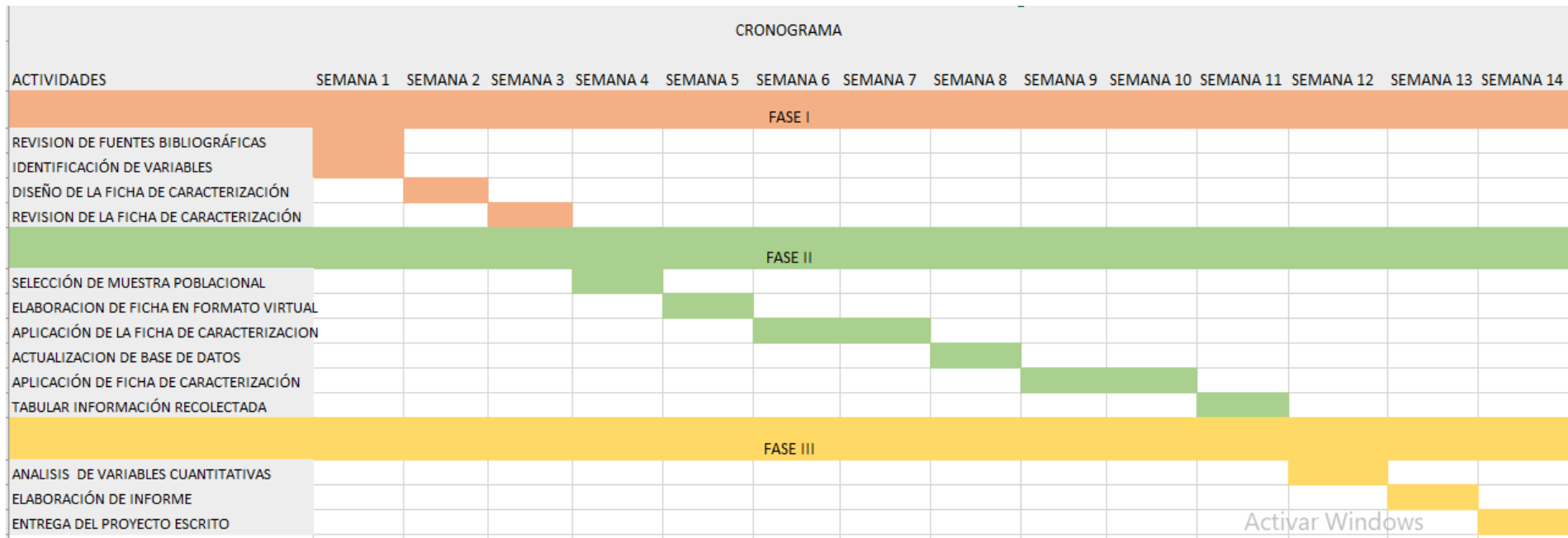


Tabla 3 Cronograma propuesto. Fuente: Autoras del proyecto.

15. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ACOPI. (s.f.). *Clasificación PYMES*. Obtenido de Bussines Col:
<https://businesscol.com/empresarial/pymes/>
- ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA . (s.f.). *ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA* .
 Obtenido de ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA : <https://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>
- ALCALDIA MUNICIPAL GRANADA. (20 de 11 de 2017). *ALCALDIA MUNICIPAL GRANADA* . Obtenido de ALCALDIA MUNICIPAL GRANADA: <http://www.granada-cundinamarca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- ANEC. (23 de 01 de 2017). *10 Beneficios de Pertenecer a una Asociación Empresarial*.
 Obtenido de ASOCIACION NAVARRA DE EMPRESAS DE CONSULTORIA:
<https://anec.es/beneficios-pertenecer-asociacion-empresarial/>
- ASOPROMES. (n.a de n.a de 2017). *INFORME DE TRABAJO CON ASOPROMES*. Obtenido de ASOPROMES: <https://www.idin.org/sites/default/files/resources/Asopromes.pdf>
- Bernal Gutierrez, L. V. (2018). *Plato típico de Fusagasugá* . Obtenido de <https://ulianamolano.wixsite.com/somosloquecomemos/copia-de-pagina-de-ejemplo-9>
- Blanco M., M., & Riveros S., H. (n.a de n.a de 2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustria*. Obtenido de Revista Estudios Agrarios:
https://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- BLOG SOMOS FUSAGASUGUEÑOS . (s.f.). *BLOG SOMOS FUSAGASUGUEÑOS* . Obtenido de BLOG SOMOS FUSAGASUGUEÑOS :
<http://admondocumentalfusa.blogspot.com/p/geografia.html>
- Buenaño Allauca, M. P., & Marca Altamirano, T. D. (2015). El etnoturismo y sus dificultades en su desarrollo. *Revista Publicando*, 2(5), 234-255. Obtenido de Dialnet-
EletnoturismoYLasDificultadesEnSuDesarrollo-5833379.pdf

- cámara de comercio de Bogotá. (n.a de n.a de 2010). *Plan de competitividad para la provincia de Sumapaz*. Obtenido de Cámara de comercio de Bogotá:
file:///C:/Users/johha/Downloads/Plan%20de%20competitividad%20de%20Sumapaz%20(1)%20(1).pdf
- CAR- CORPORACION AUTONOMA REGIONAL . (s.f.). *DIAGNÓSTICO, PROSPECTIVA Y FORMULACIÓN DE LA CUENCA HIDROGRAFICA DEL RIO CUMAPAZ*. 1.
Obtenido de <https://www.car.gov.co/uploads/files/5ac68d904141b.pdf>
- Comité de Turismo y Competitividad-CTC. (n.a de n.a de 2019). *UNWTO Tourism Definitions*.
Obtenido de UNWTON: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/unwtotourismdefinitionsctc_0_0.pdf
- El Tiempo. (Octubre de 2020). *Archivo Digital de Noticias de Colombia*. Recuperado el 2021, de Eltiempo.co: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-impacto-de-la-pandemia-en-las-microempresas-de-colombia-541512>
- EUROFINS. (06 de 04 de 2020). *Beneficios de la identificación de obligaciones legales en las empresas*. Obtenido de Envira ingenieros Asesores: <https://envira.es/es/beneficios-de-la-identificacion-de-obligaciones-legales-en-las-empresas/>
- Fernández Latorre, F. M. (2013). FÓRMULAS COOPERATIVAS Y REDES EN TURISMO. APLICACIÓN Y POTENCIAL EN ANDALUCÍA. *Revista de Estudios Andaluces*, 1(30), 102-126. Obtenido de http://institucional.us.es/revistas/andaluces/30/art_5.pdf
- IDECUT . (s.f.). *INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO* . Obtenido de INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO :
<http://idecut.gov.co/index.php/sumapaz/granada>
- IDECUT. (s.f.). *INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO* . Obtenido de INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO :
<http://idecut.gov.co/index.php/sumapaz/silvania>
- JLP. (n.a de 05 de 2016). *La economía circular*. Obtenido de universidad verde:
<https://universidadverde.es/wp-content/uploads/2016/08/Que-es-la-economia-circular.pdf>

- Las tendencias digitales que trae la nueva realidad para este 2021. (Siciembre de 2020). *Revista P&M*. Obtenido de <https://revistapym.com.co/digital/las-tendencias-digitales-que-trae-la-nueva-realidad-para-este-2021>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f.). *Acceso a internet en Colombia*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal>
- Morales González, M. (n.a de n.a de n.a). *¿Etnoturismo o turismo indígena?* Recuperado el 31 de 05 de 2021, de * Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Turismo: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero5/Morales.pdf>
- Naranjo, S. (2020). *Operatividad, integración y servicio al cliente: claves del eCommerce exitoso*. Diciembre. Obtenido de <https://revistapym.com.co/digital/operatividad-integracion-y-servicio-al-cliente-claves-del-ecommerce-exitoso>
- Negocios y PYMES. (2016). *Beneficios de implementar tecnología en los negocios*. Obtenido de <https://mipropiojefe.com/beneficios-tecnologia-negocio/>
- OEA. (s.f.). *Portal educativo de las Américas*. Obtenido de Practicas de sostenibilidad para lideres del turismo: <https://portal.educoas.org/es/cursos/pr-cticas-sostenibilidad-para-lideres-turismo>
- ONU. (25 de 08 de 2020). *El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta*. Obtenido de Noticias ONU: <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- Perfetti, J., Balcázar, Á., Hernández, A., & Leibovich, J. (s.f.). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Obtenido de https://serviciosonline.comfama.com/contenidos/servicios/Gerenciasocial/html/Eventos-academicos/catedra-de-gerencia-social/mision-rural/lecturas/Politicasy-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC_Web.pdf
- Posada las Bromelias . (s.f.). *ALCALDIA MUNICIPAL SILVANIA* . Obtenido de ALCALDIA MUNICIPAL SILVANIA : <https://www.silvania-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Posada las Bromelias. (s.f.). *ALCALDIA MUNICIPAL SILVANIA* . Obtenido de ALCALDIA MUNICIPAL SILVANI : <https://www.silvania-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

Revista de política social. (n.a de 01 de 1983). *LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES EN EL SISTEMA DE RELACIONES LABORALES: UNA APROXIMACIÓN INICIAL*. Obtenido de Dialnet: [Dialnet-LasAsociacionesEmpresarialesEnElSistemaDeRelacione-2495148.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2495148)

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. (s.f.). *Reporte de datos de información*. Recuperado el 2021, de https://observatorio.sena.edu.co/Content/pdf/reporte_de_datos_bibb.pdf

SILVANIA, ALCALDIA MUNICIPAL. (s.f.). *ALCALDIA MUNICIPAL SILVANIA*. Obtenido de ALCALDIA MUNICIPAL SILVANIA: <https://www.silvania-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

Universidad ECCI. (s.f.). *Capacitación para empresas*. Obtenido de https://www.ecci.edu.co/es/Bogota/capacitacion-para-empresas-1552?language_content_entity=es

Duquino Chaparro, Y., &Perez Alarcón, M. (2018).*CARACTERIZACION DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PESCA, COMO UN FACTOR PARA LA GENERACIÓN DE RENTAS Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA REGIÓN*. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2530/1/TGT-1114.pdf>

ECOTUR.es.(n.a,n.a,n.a). *Ecoturismo*. ecotur. <https://www.ecotur.es/definicion-ecoturismo/>

Encolombia & Pineda, J. (2021, Enero). *Conservación de la Biodiversidad: Cuidar y Mantener la Diversidad Biológica*. Encolombia. <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/conservacion-biodiversidad/#:~:text=Conservaci%C3%B3n%20de%20la%20Biodiversidad%3A%20Cuidar%20y%20Mantener%20la%20Diversidad%20Biol%C3%B3gica&text=La%20conservaci%C3%B3n%20de%20la%20biodiversidad,microorganismos>

Entorno Turístico.(2016,03 01).*¿Qué es el Turismo de Aventura?* Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>

Espinosa Duarte, C. A. (2019, Abril 8). *LA AGROECOLOGÍA COMO CAMPO DE APRENDIZAJE CULTURAL EN EL MARCO DEL MEDIT: FUNDAMENTOS, ANTECEDENTES Y PERSPECTIVAS*. *Universidad de Cundinamarca*.

- EU Mediterrani. (2018, n.a n.a). *Qué es el turismo cultural? Descubre sus principales destinos*. Mediterrani Escola Universitària. <https://mediterrani.com/blog/turismo-cultural/>
- Ministerio de comercio, Industria y turismo. (n.d.). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Retrieved 2021, from <https://www.mincit.gov.co/normatividad/leyes>
- OSINERGMIN. (n.d.). *Introducción a las energías renovables*. Osinergmin. Retrieved abril, 2021, from <http://www2.osinerg.gob.pe/EnergiasRenovables/contenido/IntroduccionEnergiasRenovables.html>
- Pereira Morales, C. A., Maycotte Morales, C. C., Restrepo, B. E., Mauro, F., Calle Montes, A., & Velarde, M. J. (2011, n.a n.a). *Biodiversidad*. uaeh. edu. <https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4770/biodiversidad.pdf>
- Peréz, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía colombiana*, 28(3), 508-509. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688>
- Pérez, S. (2010, na na). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. scielo. Retrieved 04 05, 2021, from <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>
- Rodríguez, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Revista Centro Agrícola*, 46(1), 63. http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Secretaria distrital de ambiente. (2021). *¿Qué es suelo de protección?* <http://www.ambientebogota.gov.co/web/sda/suelo-de-proteccion#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20art%C3%ADculo%20146%20del,zonas%20de%20utilidad%20p%C3%BAblica%20para>
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2011). *Conservación de la Biodiversidad*. Instituto de Investigaciones Jurídicas. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1089/3.pdf>