

DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE  
SUBACHOQUE A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

Autores:

Laura Fernanda Prieto Mosquera

Lesly Lorena Sánchez Ule

Proyecto de investigación

Asesor interno:

EFRAÍN MORALES RIVERA

Administrador de empresas

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ

2023

DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE  
SUBACHOQUE A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

Autores:

Laura Fernanda Prieto Mosquera

Lesly Lorena Sánchez Ule

Monografía para optar por el título de administrador de empresas

Directores:

EFRAIN MORALES RIVEROS

PEDRO WILMAR SUAREZ

Nota de aceptación

-----

-----

-----

-----

Presidente de jurado

-----

Jurado

-----

Jurado

## **TABLA DE CONTENIDO**

1. TÍTULO .....	9
2. ÁREA, LÍNEA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
3. RESUMEN .....	11
4. INTRODUCCIÓN .....	13
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	15
5.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	16
5.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	16
6. OBJETIVOS.....	17
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
7. JUSTIFICACIÓN.....	18
8. MARCOS DE REFERENCIA .....	20
8.1 MARCO TEÓRICO .....	20
8.1.1 Turismo en Colombia .....	20
8.1.2 El turismo y la sostenibilidad .....	21
8.1.3 Competitividad y tecnología en el turismo .....	22
8.1.4 La cadena de valor y el turismo.....	24
8.1.5 Turismo en Subachoque .....	28
8.1.6 El marketing turístico .....	30
8.1.7 Innovación social y desarrollo turístico.....	31
8.1.8 Estrategias de gestión financiera para fortalecer el turismo .....	32
8.2 MARCO CONCEPTUAL.....	33
8.2.1 Turismo .....	33
8.2.2 Turismo sostenible .....	33
8.2.3. Turismo cultural.....	33
8.2.4 Turismo rural .....	33
8.2.5 Industrias turísticas.....	34
8.2.6 Competitividad.....	34
8.2.7 Prestadores de servicios turísticos.....	35
8.2.8 Cadena de valor .....	35
8.2.9 Estrategias competitivas.....	35
8.2.10 Marketing Turístico .....	36

8.2.11 Producto turístico.....	36
8.2.12 Clúster .....	36
8.3 MARCO GEOGRAFICO .....	37
8.4 MARCO LEGAL.....	39
8.4.1 Artículo 52 de la constitución política .....	39
8.4.2 Ley 300 DE 1996.....	39
8.4.3 Ley 679 DE 2001 .....	40
8.4.4 Ley 17 de 1981, ley 611 de 2000 y ley 1333 DE 2009 .....	41
8.4.5 Ley 1259 del 2008 y ley 1466 de 2011 .....	41
8.4.6 Ley 397 de 1997.....	42
8.4.7 Ley 1752 de 2015.....	42
9 DISEÑO METODOLÓGICO.....	44
9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	44
9.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	45
9.3 FASES DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
9.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	46
10. ESTADO DEL ARTE DEL DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE SUBACHOQUE A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR.....	47
10.1 LA SOSTENIBILIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL TURISMO EN COLOMBIA .....	47
10.2 TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: ANÁLISIS DEL POTENCIAL ECONÓMICO Y COMPETITIVO DEL SECTOR.....	48
10.3 ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL SECTOR TURISMO ..	49
10.4 CADENAS DE VALOR Y TENDENCIAS EN INNOVACIÓN EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....	50
10.5 OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE SUBACHOQUE .....	52
10.6 TURISMO EN SUBACHOQUE.....	53
10.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUBACHOQUE.....	54
10.8 FACTORES CRITICOS QUE IMPIDEN EL DESARROLLO TURISTICO EN SUBACHOQUE .....	54
10.9 POLITICAS DE DESARROLLO TURISTICO EN SUBACHOQUE .....	55
11. RESULTADOS.....	57
11.1 ENCUESTAS.....	57

11.1.1 Actividad productiva o económica que desarrolla .....	58
11.1.2 Tipo de actor o eslabón que representa .....	59
11.1.3 Estado actual del eslabón de superestructura y gobernanza .....	60
11.1.4 Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo .....	61
11.1.5 Estado actual del eslabón de prestación de servicios .....	62
11.1.6 Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio.....	63
11.1.7 Estado del eslabón de proveedores .....	64
11.1.8 Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo .	65
11.1.9 Estado del eslabón de infraestructura y servicios.....	66
11.1.10 Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo.....	67
11.1.11 Estado del eslabón de comunidad anfitriona .....	68
11.1.12 Aspectos de la comunidad anfitriona que facilitan o impiden el desarrollo.....	69
11.1.13 Estado del eslabón demanda de turistas.....	70
11.1.14 aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo.....	71
11.1.2 DIAGRAMA DE ANALISIS DE LA CADENA DE VALOR .....	72
11.2 MESAS DE TRABAJO.....	73
11.2.1 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de oferta.....	75
11.2.2 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de demanda .....	77
11.2.3 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de superestructura .....	79
11.2.4 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de infraestructura .....	81
11.2.5 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de proveedores .....	83
11.2.6 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de comunidad.....	84
12. CONCLUSIONES .....	86
13. RECOMENDACIONES .....	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
ANEXOS .....	96

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividad productiva o económica que desarrolla .....	58
Tabla 2: Tipo de actor o eslabón que representa.....	59
Tabla 3: Estado actual del eslabón de superestructura y gobernanza.....	60
Tabla 4: Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo .....	61
Tabla 5: Estado actual del eslabón de prestación de servicios.....	62
Tabla 6: Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio .....	63
Tabla 7: Estado del eslabón de proveedores.....	64
Tabla 8: Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo .....	65
Tabla 9: Estado del eslabón de infraestructura y servicios .....	66
Tabla 10: Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo .....	67
Tabla 11: Estado del eslabón de comunidad anfitriona .....	68
Tabla 12: Aspectos de la comunidad anfitriona que facilitan o impiden el desarrollo .....	69
Tabla 13: Estado del eslabón demanda de turistas .....	70
Tabla 14: aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo .....	71
Tabla 15: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de oferta.....	75
Tabla 16: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de demanda .....	77
Tabla 17: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de superestructura .....	79
Tabla 18: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de infraestructura .....	81
Tabla 19: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de proveedores .....	83
Tabla 20: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de comunidad .....	84

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Marco geográfico .....	37
Ilustración 2 Cadena de valor .....	72
Ilustración 3 Árbol de problemas.....	73
Ilustración 4 Diagrama de Ishikawa .....	74

## **1.TÍTULO**

DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL  
MUNICIPIO DE SUBACHOQUE A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA  
CADENA DE VALOR

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

ÁREA: administración y organizaciones

LÍNEA DE INVESTIGACION TRASLOCAL: Gestión, Emprendimiento y  
Organizaciones sociales y del conocimiento

PROGRAMA: administración de empresas

TEMA: planeación estratégica

### 3. RESUMEN

El presente trabajo de investigación pretende dar a conocer las condiciones del turismo en el municipio de Subachoque mediante la realización de la caracterización y diagnóstico de la cadena de valor del municipio, para lo cual se realiza un contexto del turismo, Subachoque es uno de los 116 municipios del departamento de Cundinamarca, Colombia se encuentra en la Provincia de Sabana Occidente, a 45 km de Bogotá y cuenta con un gran potencial en turismo natural, cultural, religioso e influencia económica.

En la primera fase de esta investigación se redujo a obtener información relacionada con el desarrollo del turismo en el país, por medio de un estado del arte, que permitió evidenciar que en la mayoría de los municipios el principal impedimento para el desarrollo del turismo ha sido la superestructura y gobernanza y la forma en que ha sobresalido el turismo en Colombia es relacionado al turismo sostenible y la implementación de las TIC.

Para caracterización de la cadena de valor del municipio, se realizó un análisis mediante un modelo de encuesta direccionada a los prestadores de servicios turísticos con una muestra representativa de 45 personas, información que sirvió para conocer las problemáticas que han atrasado el desarrollo y aprovechamiento del turismo como oportunidad para Subachoque.

Por otra parte, se realizaron mesas de trabajo con un grupo aproximado de 12 empresarios del municipio, con el fin de establecer un diagnóstico de la cadena de valor del turismo a partir de esquemas que permiten desarrollar problemáticas, causas, consecuencias y posibles soluciones detectadas por el

grupo, dentro de las cuales se evidenciaron fallas de organización y desinformación, además del atraso del municipio con temas tecnológicos, sociales y culturales.

#### 4. INTRODUCCIÓN

Colombia es el territorio latinoamericano con más dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más visibles del planeta de acuerdo al aumento de turistas entrantes en los últimos años, esta actividad brinda fortalecimiento a la economía de los diferentes países puesto que es un recurso con el que ya cuentan, dado que los ingresos de tales actividades son atractivos para fortalecer la economía nacional, por lo tanto los sectores público y privado están buscando formas de utilizar los recursos para participar en la mejora de infraestructura, educación, organizaciones y demás necesidades que se presentan “la actividad turística necesita relaciones, intercambios, flujo de información y diálogo para dar sus frutos; Partiendo de esta visión, se pretende examinar las tácticas de comunicación que permitan el desarrollo del sector turístico” (Navarro et al., 2020, 78).

La competitividad en las empresas del sector turístico se ve con mejores bases cuando se puede lograr una mejor inversión al mejoramiento, lo que permite un mayor flujo de turistas interesados con mayores ingresos, Subachoque es un municipio que hace parte del departamento de Cundinamarca, que cuenta con muchas riquezas turísticas gracias a la oportunidad de contar con lugares atractivos para la venta de productos y servicios atractivos.

Subachoque le aporta a la región lugares y actividades turísticas que aunque presentan un desarrollo independiente por sus habitantes, llama la atención la capacidad y riqueza que debería tener una inversión importante, por parte de agentes involucrados que fortalezcan este sector para Subachoque en general.

La cadena de valor es un instrumento que ayuda a realizar análisis estratégico y posibilita la identificación ventajas competitivas en una investigación, es por esto por lo que se debe tener en cuenta aspectos deben ser mejorados, para obtener mejores resultados en el funcionamiento, además que los servidores puedan tener mejores resultados en costes y demás beneficios.

## **5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Con base a estudios sobre la importancia del desarrollo turístico rural, y el crecimiento de la economía a través del mismo, Subachoque se ha destacado por ser un municipio con paisajes, patrimonio histórico y cultural con una perspectiva de avance y enfoque en el progreso sostenible, que se ha estancado por la poca oferta local, la cual se ha visto afectada por agentes turísticos externos que hacen actividades lucrativas sin retribuir los recursos al municipio para que esté pueda fortalecer el sector turístico, además Subachoque es un municipio con extensiones geográficas interesantes que son de desconocimientos de muchos turistas que llegan al municipio y no saben qué actividades oferta el mismo, por ende es importante conocer las razones por las cuales el municipio no se ha dado a relucir en el sector turista, adicional de la problemática evidente sobre las vías de acceso, lo cual también incide en el descenso del interés del turista por el municipio, otras de las causales de desinterés del visitante son los altos precios del comercio, lo cual delimita que el municipio sea de interés solo de una parte de los visitantes, que cuentan con la adquisición monetaria suficiente.

## **5.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿En qué medida la articulación de la cadena de valor satisface las necesidades de los turistas en el municipio?

## **5.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el estado del arte del diagnóstico de las actividades turísticas en el municipio de Subachoque a partir del análisis de la cadena de valor? ¿cuáles son aquellos estudios relacionados al fortalecimiento del turismo rural a nivel nacional que pueden ser antecedentes para la implementación de mejora en el sector turístico del municipio de Subachoque?

¿Cuáles son las características de la cadena de valor del turismo en el municipio de Subachoque? ¿Cuáles son los hallazgos determinados por los prestadores del sector turístico del municipio que consideran afectan el crecimiento del Turismo en el municipio?

¿Cuál es el diagnóstico de la cadena del valor del municipio de Subachoque?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar las condiciones actuales del sector turismo en el municipio de Subachoque Cundinamarca mediante el análisis de la Cadena de valor.

### **6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar el estado del arte de la cadena de valor para el sector del turismo a nivel nacional y regional.
2. Establecer las características de la cadena de valor del turismo en el municipio de Subachoque Cundinamarca.
3. Determinar el diagnóstico de la cadena de valor del turismo en el municipio de Subachoque Cundinamarca.

## 7. JUSTIFICACIÓN

Debido a la constante variable del cambio a través de la globalización, el turismo se ha transformado en una entidad con la capacidad de fortalecer la economía nacional, siendo portador de empleos, desarrollo económico, atracción de la financiación local, nacional y extranjera, oportunidades de crecimiento cultural entre otros; Cundinamarca se encuentra entre uno de los departamentos más visitados del país, sin embargo la sabana occidente no ha fortalecido su participación en el desarrollo de este sector, por ello es importante estudiar a profundidad las necesidades del turismo en Subachoque utilizando como instrumento de recolección de información la cadena de valor así identificar las exigencias y los intereses de los ciudadanos, involucrando directamente a los entes relacionados como lo son los proveedores de turismo en el municipio que tiene como objetivo lograr la máxima participación de las personas y entes relacionados para caracterizar la industria turística de Subachoque.

Existen diversas razones por las cuales se realizó el diagnóstico de la cadena de valor en Subachoque, dentro de las cuales estuvo conocer la capacidad del municipio para tener interacción con el turista local, nacional e internacional, reconocer las oportunidades de crecimiento, desarrollo de estrategias para la mejora del producto que ofrece el municipio entre otras; en los estudios investigados se reflejó la importancia del análisis de la cadena valor como una herramienta que permite conocer el déficit que impide el crecimiento del turismo en las zonas rurales, dentro de los cuales el más común es la

inexistencia de coordinación entre los diferentes eslabones; por tanto en esta investigación se realizó bajo la identificación de los diferentes estudios relacionados con el turismo como base teórica fundamental para el desarrollo de la metodología del mismo a través de encuestas, entrevistas, diagrama causa-efecto, árbol de problemas, matrices de evaluación de factores internos y externos entre otros.

## 8. MARCOS DE REFERENCIA

### 8.1 MARCO TEÓRICO

#### 8.1.1 Turismo en Colombia

Como muchos lugares en el mundo la industria turística en Colombia ha logrado brindar beneficios y oportunidades económicas a sus ciudadanos , gracias que cuenta con muchos sitios y áreas turísticas que atraen viajeros nacionales y extranjeros , según dígitos de la entidad ministerio de industria comercio y turismo para finales del periodo 2022 en Colombia se reportaron datos como las visitas internacionales representaron un alza de 109% frente al año anterior, de igual manera los visitantes nacionales o internos también se vio reflejada una mayor participación del 56,3% respecto al año anterior (*Informe Mensual De Turismo, 2022*).

En los últimos años, el turismo ha ocupado una posición fundamental en la economía. Por lo tanto, el desarrollo sostenible se involucra como una táctica del proceso para apoyar la conservación ambiental, social y económica del lugar, es importante considerar que el turismo implementado en un buen proceso de sostenibilidad puede revelar una mayor competitividad económica, con más turistas utilizando los servicios ofrecidos con una mejor calidad.

Es por esto que la responsabilidad de mantener este atractivo no solo depende de las necesidades de las personas que ofrecen estos servicios, así mismo como se menciona anteriormente el turismo no solo trae beneficio económico a estos, sino además al país en general gracias a los niveles de interés demostrados, aunque es muchos lugares las personas por su propio mérito han

logrado adquirir la educación e información necesaria para cumplir con las necesidades y obtener el mayor beneficio, son más los que no debido a diferentes factores y necesidades, como educativas, económicas, informativas que no les permite desarrollar este sector al 100%.

En Colombia la Ley 99 de 1993 es la encargada de regir el desarrollo de sostenibilidad, que establece que con la ejecución correcta de procesos sostenibles se mejora la paz social, ambiental y económica sin dañar los recursos de la tierra en los que se realizan las fases, además de que la normativa del área de Turismo que establece los requisitos para el desarrollo sostenible, se aplica a los lugares que están organizados para uso turístico, la ley colombiana NTS SH 002, que rige desde 2006 y que, a partir del 31 de marzo de 2017, establece valores límite para que estos establecimientos puedan implementarlos y luego puede ser certificado convertido.

### **8.1.2 El turismo y la sostenibilidad**

La sostenibilidad es un factor importante para la conservación de lugares y sitios con buenas prácticas que puedan mantenerse expuesto y libres a su destrucción, “La sostenibilidad es importante para respetar y preservar el entorno en el que se desarrolla la actividad turística” (Serrano & Cáceres, 2019) el plan de sostenibilidad se encarga de que el sector del turismo adquiera planes que beneficien las necesidades del bienestar social, la protección del medio ambiente, la conservación territorios y especies pertenecientes al patrimonio nacional por otro lado es responsabilidad de los propietarios y sujetos políticos, gubernamentales es que, si se quiere confirmar la

sostenibilidad de esta actividad, es necesario establecer precios y beneficios del desarrollo del turismo, tanto en términos de crecimiento económico, crecimiento de empleos directos e indirectos, como de interacciones socioculturales que contribuye a cómo mantener el control o adecuar los daños ambientales, económicos, sociales y estéticos que conllevan las actividades turísticas.

### **8.1.3 Competitividad y tecnología en el turismo**

La competencia y tendencias tecnológicas en el turismo son otros factores que han aumentado puesto que se ven reflejados los esfuerzos económicos por parte de los propietarios y los dirigentes de estado que buscan alcanzar ventajas competitivas con este sector, Ser competitivo significa desarrollar tácticas, posiciones ofensivas o defensiva, para crear una posición defensiva en la industria. (Benavides, 2019), así mismo además se busca con esto fortalecer la economía de un país entero.

Ahora bien, es importante que esta inversión tenga en cuenta factores como la globalización puesto que es así que existe la posibilidad de obtener herramientas que facilitan y ayudan a la realización de actividades, esto además brinda la facilidad para mantener relación con un público de clientes más grande que aporta al crecimiento y referencia de la calidad de servicios; y una ventaja puede ser en este caso el costo al mejorar la inversión y condiciones de las zonas turísticas, y crear relaciones de cooperación para completar los servicios, la estrategia “Co-petencia” es una estrategia que busca mostrar los resultados beneficios de las alianzas. “Co-petencia - un

modelo en el que una red de actores coopera y compiten para crear el máximo valor.” (Muñoz & Pincay, 2015) El objetivo de esta táctica es ofrecer una visión completamente nueva de la competición y criterios comerciales clásicos, donde el ganador se lo lleva todo, por convirtiéndolo en toda una nueva dinámica de negocios, donde ambos ayudan a competir.” (Muñoz & Pincay, 2015)

Las ventajas competitivas deben tener patrones principales para que puedan ser adecuados y brinde resultados positivos, ya que es importante tener en cuenta que se busca la efectividad de una estrategia que fortalezca y colabore con el crecimiento del sector. (Benavides, 2019) “dichas ventajas tienen que tener los siguientes requisitos para que sean verdaderamente significativas”:

- Atractivos significativos que animan a los turistas a acudir a los destinos.
- Interacción con los recursos que los turistas valoran como atractivo del destino.
- En caso de un cambio de alcance, estos beneficios deben ser sostenidos y/o mantenidos en ese momento.

“La competitividad en el sector de turismo se puede referenciar en 3 niveles: (1) el nivel nacional (competitividad de los servicios turísticos), (2) el nivel de lugares y zonas o (3) el ofrecimiento de *la empresa Turística*”. (Arévalo & García, 2022) Es por esta razón que se hace obligatorio realizar el respectivo estudio puesto que es necesario para tener unas bases concretas del trabajo realizado o por realizar. Esta clasificación es importante ya que es de interés para los agentes involucrados, que puedan tener la oportunidad de evaluar las

capacidades de inversión para un posible mejoramiento y la destinación de recursos económicos importantes para su mejoramiento.

#### **8.1.4 La cadena de valor y el turismo**

”El estudio del coste de una cadena determina que primero hay que analizarlo la línea estratégica que da origen a las actividades de los diferentes actores se denomina Interactuar el uno con el otro” (Muñoz & Pincay, 2015), es por esto que es necesario que se realice dicha identificación para tener una idea inicial del trabajo a realizar de un punto de partida, la cadena de valor como se menciona cumple el trabajo de revisar cómo están funcionando estos eslabones en el campo turístico para el presente campo de análisis.

El propósito de la cadena de valor es poder crear un equilibrio entre todas sus partes que lo que facilita el desarrollo de una estrategia que satisfaga las necesidades de los turistas y de los proveedores de servicio, buscando la comodidad y bienestar de cada uno, para lograr este punto es necesario profundizar la investigación y abarcar todos los actores relevantes los beneficios presentados como resultado de análisis pueden ser el mejor precio, menor costo y la ventaja competitiva mencionada anteriormente frente a otras empresas o lugares, es importante tener en cuenta que la idea de este negocio además de obtener utilidad con este tipo de recursos, es la inmersión y creación de conciencia de culturas existentes con recursos diferentes que deben conservarse para disfrutar de una diversidad.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que los agentes involucrados son quienes dan fuerza de unión para mejorar y tener un porcentaje mayor en la manera de negociación con menos recursos, En cuanto a las ocupaciones de costos, cada una utiliza insumos, recursos. humanos y tecnología. las actividades de valor realizados en este proceso existen dos tipos las actividades primarias son el proceso en el que se crea el producto o servicio, es decir se identifica la necesidad para mostrar al público con lo que se cuenta, estas actividades se presentan a la hora de identificar la idea de negocio y las oportunidades que se ponen en marcha y lleva el proceso completo hasta la ejecución. Por otro lado; las actividades de apoyo son las que se llevan a cabo para mejoramiento y fortalecimiento como el proporciona miento de insumos, tecnologías, recursos humanos y demás necesarias identificadas, con la intención de mejorar y facilitar las tareas.

Las empresas debido a los cambios tecnológicos deben estar abiertos a diferentes acondicionamientos de entorno que está en continuo movimiento, este movimiento se debe a que las empresas se ven obligadas a adquirir nuevas herramientas, y deben contar con la posibilidad de que sus servicios y o productos integren procesos más fáciles y rápidos para la empresa y los clientes, esto porque el sector turístico como muchos más en la economía crean la necesidad de mantener una comunicación con los clientes de manera acorde a la actualidad es decir, la tecnología actualmente en las empresas se utiliza para mejorar su funcionamiento interno y externo, “la comunicación, que permite el estudio de intercambio de información como un proceso que tiene

lugar en un sistema de comunicación que está abierto a influencias externas sobre otros sistemas ” (Navarro, 2020)

El repaso del sector turístico observado bajo la influencia del evento de todo el mundo, sus elementos o subsectores, suministro cambio positivo y tangible, consumidores y nuevas posibilidades turísticas con proveedores y paquetes turísticos, uno de los eventos que citan un particular el mayor efecto es el desarrollo de la red. Internet y sus diversas aplicaciones.

Es importante recalcar que territorio turístico es uno de los instrumentos esenciales de la actividad turística puesto este ofrece un servicio importante y que se puede dar en una característica importante que es “El territorio es el producto de la relación entre los actores y sus prácticas sociales relacionados con los valores y el sentido de pertenencia e identidad” (Massey, 2009).

los actores de la cadena de valor son de vital importancia a la hora de realizar el análisis en el municipio de Subachoque para establecer las necesidades del turismo, y asimismo de acuerdo a su aplicabilidad y necesidad lo que facilita el estudio por eso este trabajo clasifica los actores para el presente trabajo en:

Comerciantes: este actor es definido como el grupo de personas que atienden a las diferentes necesidades complementarias para los turistas que pueden ayudar a mejorar o limitar el crecimiento del turismo en este caso lo que hace importante tener en cuenta que para Subachoque siendo un municipio con un gran número de habitantes y extensiones de tierra bastante amplia estos actores representan una ventaja positiva puesto que tiene una gran variedad.

Proveedores: Son las personas encargadas de abastecer las necesidades de los diferentes grupos de comerciantes individuos independientes que ofrecen servicios y/o productos, “Un proveedor de logística es una entidad que gestiona la totalidad o parte de sus operaciones logísticas internas o externas” (APICS, 2011), en Subachoque de acuerdo a las necesidades y actividades realizadas para el sector turístico.

comunidad local: este actor hace referencia a el grupo de personas habitantes del destino turístico o destinos, son quienes tienen el acceso a los diferentes servicio y productos que se hacen merecedores de las experiencia y dueños de las culturas y espacios mencionados, Subachoque cuenta con 18.802 habitantes.

sector público: Se refiere a la totalidad de los órganos y personas facultados para expresar la voluntad del Estado y ponerla en práctica a través de los mecanismos de la administración pública, Subachoque cuenta con un riguroso plan de acción y control para los diferentes proyectos que correspondan de acuerdo al tema de interés.

sector privado: corresponde a los grupos que influyen el comercio o actividades turísticas de acuerdo a las necesidades, pero poseen un poder un poco mayor de acuerdo a su influencia puesto que son más independientes y su crecimiento puede adquirir varios beneficios y ventajas para sí mismos.

turistas: Subachoque es un municipio que presenta diferentes planes y destinos que ofrecen a diferentes tipos de personas o grupos de interés considerados los demandantes de servicios y productos de acuerdo a sus necesidades,

estos servicios están de acuerdo al ofrecimiento de información sobre la cultura, tradiciones, idioma e información relevante para un lugar de interés.

### **8.1.5 Turismo en Subachoque**

Subachoque es un municipio perteneciente al departamento de Cundinamarca, que hace parte de sabana occidente colombiana, es un municipio que cuenta con 12,972 habitantes, los habitantes precolombinos fueron en su mayoría los Subachoque y chingas, y cuenta con un clima templado, está conformado por valles y montañas que cuentan con recursos hídricos, posee diferentes atracciones que ayudan a fortalecer su belleza natural, estos son:

- Cerro el tablazo
- paseo hygee
- parque museo la ferrería
- Juaicafe
- Y otras riquezas naturales del municipio a lo largo de su extensión.

Este municipio cuenta con la división principalmente de fincas y haciendas que poseen personas dedicadas al trabajo de campos y ganadería principalmente, gracias a que cuentan con tierras que le brindan la oportunidad de desarrollar actividades de este tipo.

Actualmente la cadena turística de este municipio se encuentra dividido en los diferentes emprendedores y dueños de lugares con recursos naturales con gran atractivo a los turistas, estas personas crearon diferentes estrategias de servicio y venta de productos allí producidos que hacen alusión a las riquezas de este, pero estas actividades son realizadas de manera independiente con

recursos propios de sus dueños y habitantes, puesto que la inversión de estado no se hace muy presente lo que no permite un mayor crecimiento a un nivel más grande.

Este es un factor de interés, ya que es el centro de estudio para los interesados a la hora de fortalecer las actividades, con esto se busca que pueda existir un mayor atributo y beneficio para los habitantes y los turistas.

Para establecer relaciones potenciales con posibles consumidores de un producto turístico es necesario analizar las características del mismo, se puede deducir que hay tres tipos de turistas; en el cual están los independientes que son aquellos que organizan por autonomía el viaje pero son quienes realizan un mayor gasto turístico, por otro segmento se encuentran los jóvenes excursionistas que son aquellos jóvenes con niveles de estudio como pregrados quienes investigan varias fuentes de información para reducir costos y por ultimo están los visitantes organizados que viajan en grupo, son aquellos viajeros conocidos como excursionistas los cuales no pasan la noche en la ciudad y tienen gastos promedios comparados con los demás, por tanto para tener una mayor afluencia de turismo se debería: incrementar la oferta, para que los turistas prolonguen el viaje y por tanto haya más consumo esto se puede obtener a través de festivales o celebraciones nocturnas, en segundo lugar establecer relaciones asertivas entre los entes públicos y los comerciantes y finalmente la inversión en cuanto a infraestructura (Consuegra, 38-45).

Ahora bien, se puede implementar estrategias de desarrollo social para fortalecer el turismo en zonas rurales, para ello es importante conceptualizar el turismo social por medio del desarrollo local, por tanto se deben implementar programas que incentiven a formalizar las empresas para el crecimiento y progreso de las unidades productivas, emprendedores y prestadores de servicios turísticos; implementar procesos que involucren a la sociedad para generar relaciones sostenibles en el tiempo, para que el sector empresarial tenga una mayor vinculación con el sector turístico y finalmente personalizar los proyectos relacionados al desarrollo empresarial. (Arboleda et al., 2020) .

Por otra parte, se sugiere aplicar un buen análisis y propuestas financieras para mejorar este sector, entre estas se mencionan las siguientes: implementar capacitaciones de conocimiento contables para la mejora en cuanto a la administración de recursos económicos, para tomar decisiones de endeudamiento financiero y promover la inversión en infraestructura y asesoría de fuentes de financiamiento convenientes para la inversión (Lopez & Guaño, 2021)

#### **8.1.6 El marketing turístico**

El marketing se considera actualmente el ingrediente necesario para promover la industria turística ya que genera expectativa y estimula el interés de los turistas a partir de la sensibilización, convencimiento y publicidad continua, para identificar y ofrecer soluciones a las exigencias de los clientes y de esta manera crear desarrollo y posicionamiento local (Mendoza et al., 2022).

Este sector promueve negocios por medio de la prestación de servicios y productos como transporte, alimentación, hoteles, guía turística entre otros, por tanto, los empresarios deben estar preparados para satisfacer todas estas necesidades, de la mano de los entes gubernamentales quienes aportan políticas públicas en beneficio de estos prestadores de servicio, quienes a su vez pueden entrelazar relaciones comerciales y crear lo que se denomina clúster, (Benavides, 2009).

### **8.1.7 Innovación social y desarrollo turístico**

Hoy en día las zonas rurales han presenciado un gran cambio socioeconómico ya que las causas de la modernización han disminuido la dependencia de las ciudades por el campo, se ha considerado el turismo rural como una fuente de captación de recursos económicos sostenibles para la zona, con el fin de generar nuevos empleos, por tanto una de las claves que permiten el desarrollo del mismo en los municipios es la satisfacción de la comunidad turista ofreciendo calidad en los servicios y promover la fidelización por los mismos a través de un constante estudio de evaluación para determinar el servicio ofrecido, el desarrollo de las zonas rurales se puede dar a través de turismo comunitario que consiste en la implementación de acuerdos productivos cortos como lo es los negocios familiares pequeños de venta de los alimentos que cultivan, ofrecer caminatas por esas zonas ecológicas, artesanías provenientes de la cultura y eventos gastronómicos; este estudio se fundamentó en realizar un diagnóstico del sector turístico de dicho municipio con el fin de caracterizar y implementar mejoras continuas para el fortalecimiento del turismo basado en

mejorar los ingresos económicos de la zona retribuido a partir del turismo comunitario (Arboleda 2020).

#### **8.1.8 Estrategias de gestión financiera para fortalecer el turismo**

El área financiera es la encargada de hacer el análisis para la toma de decisiones de la empresas para seguir planes de acción de acuerdo a los recursos suministrados, de igual manera funciona la contabilidad en los municipio en los cuales se destina el dinero para cada sector, como es de conocimiento previo de acuerdo a este documento el turismo necesita ser fortalecido a través de diferentes medios por lo tanto es importante saber administrar el dinero y dirigirlo de acuerdo a la carencia del mismo, por tanto de acuerdo al estudio del turismo en el cantón salitre, se visualizó la inexistencia de hoteles para el alojamiento de los turistas, dificultades con el internet la energía y el agua potable, que a pesar de ser un lugar turístico llamativo por las actividades para realizar es este, es evidente que su debilidad se encuentra en la infraestructura del municipio por lo tanto el estudio identificó que es importante invertir dinero en este sector para que el turismo se fortalezca, de acuerdo a este estudio el municipio de Subachoque se puede ver relacionado en cuanto a la necesaria inversión en sus vías de acceso lo cual dificulta la visita del turista al municipio (López, 2021).

## **8.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **8.2.1 Turismo**

Según (Sancho, 1994) es un término que engloba los aspectos sociales, culturales y económicos que desde la antigüedad sugiere que las personas viajan por diversos motivos personales, profesionales o de negocio, por diferentes razones como caza, comercio, guerra, ocio etc. Se les llama a estos individuos viajeros (turistas o excursionistas, residentes o no residentes).

### **8.2.2 Turismo sostenible**

Para (Barrera & Bahamontes, 2012) Es un trabajo turístico basado en la protección del medio ambiente y las tradiciones locales, priorizando la preservación de los valores naturales y culturales, minimizando el uso de los recursos y revitalizando las estructuras sociales y culturales.

### **8.2.3. Turismo cultural**

Según (Ruiz, 1997) es el turismo del hombre que se refiere a las tradiciones de las personas y su formación, con las que cualquier persona con una identidad histórica puede relacionarse; el arte, la arquitectura, la religión, la gastronomía etc.

### **8.2.4 Turismo rural**

Para (Benavides, 2009) es la actividad turística desarrollada en espacios no urbanos vinculado a actividades con la naturaleza, mediante la identidad

cultural en la cual puede estar, la agricultura, la pesca, la religión, forma de vida etc., generalmente se caracteriza por integración de las comunidades, cuidado del medio ambiente y servicios turísticos relacionado a lo agrícola y agropecuario.

### **8.2.5 Industrias turísticas**

Según (Álvarez, 2018) la industria del turismo incluye todas las empresas cuya actividad principal es actividades turísticas típicas. La industria del turismo (también llamados trabajos turísticos) son trabajos que generalmente producen ciertos productos turísticos como actividades de desarrollo local como el comercio, los restaurantes, hoteles, bares entre otros que producen ingresos y empleo.

### **8.2.6 Competitividad**

Para (Rojas & Sepulveda, 1999) es la habilidad de una o más individuos para crear ventajas sobre los demás y sus miembros. De esta manera, gana una posición destacada en su campo, destacada por la diferenciación de productos y la reducción de costos la cual se obtiene desde las tecnologías, capacidad de innovación y factores especializados vitales, hay que tener clara la diferencia entre competitividad y competencia, ya que la primera pasa por una serie de procesos multidimensionales para llegar al resultado final que es la competencia.

### **8.2.7 Prestadores de servicios turísticos**

El artículo 76 de la Ley 300 de 1996 designa como prestador de servicios a toda persona natural o jurídica, junto con los turistas que directa o indirectamente presenten intermedien o celebren un contrato para la prestación de los servicios turístico a que se refiere la ley y deberán estar incluidos en la administración nacional de turismos.

### **8.2.8 Cadena de valor**

Según (Quintero & Sanchez, 2006) la cadena de valor es una herramienta que permite entender cómo enfrenta las ventajas competitivas cuando hablamos de valor nos referimos a aquellos solicitantes (compradores) que están dispuestos a pagar por lo que ofrece la empresa; en el turismo la cadena de valor se ve reflejada como la experiencia de la asistencia técnica de los proveedores de servicio; tiene como referencia tres conceptos principales costo, valor y beneficio.

### **8.2.9 Estrategias competitivas**

Pata (Quero, 2008) conjunto de acciones o acciones ofensivas y/o defensivas realizadas con el objetivo de lograr una posición superior sobre los participantes a través de propósitos, metas y objetivos, preservando los beneficios siempre a los competidores identificando las debilidades y fortalezas internas, para determinar amenazas y oportunidades externas para crear un mapa de decisiones futuras que le permita ser competitivo.

### **8.2.10 Marketing Turístico**

Según (Kotler, 2011) el marketing turístico la aplicación de técnicas para promocionar y comercializar productos y servicios turísticos, el marketing ya no se define como comunicar y vender, hoy en día hace referencia al ofrecimiento de poder cumplir con lo que el cliente busca, es decir comprende lo que necesita el consumidor y crea productos y servicios para suplir dicha necesidad, basada en las sugerencias del cliente, por tanto la mercadotecnia se comprende como “la estrategia de mantener el interés en los clientes”.

### **8.2.11 Producto turístico**

Según (Instituto Distrital de Turismo, 2020) es la asistencia de servicios y productos para llenar las exigencias de los viajeros, lo integran componentes atractivos y de fácil acceso, compuesto por tres elementos básicos, recursos turísticos (la experiencia y aventura), infraestructuras (carreteras, aeropuertos, hospitales etc.) y empresas y servicios turísticos (transporte, alojamiento, comida etc.).

### **8.2.12 Clúster**

Para (cámara de comercio de Bogotá, 2023) conjunto de empresas concentrada y correlacionadas que compiten en un campo económico geográficamente cercanos, definida también como una agrupación innovadora que busca trabajar de forma colaborativa para obtener beneficios sociales, ambientales, pero sobre todo económicos creando economías concentradas y de localización.

### 8.3 MARCO GEOGRAFICO

Subachoque es un municipio del departamento de Cundinamarca en Colombia. Está ubicado en la provincia de Sabana Occidental, a 45 kilómetros de Bogotá, la capital de Colombia. Limita con Zipaquirá, Tabio y Tenjo al este, Pacho y Zipaquirá al norte, El Rosal y Madrid al sur, y Supatá y San Francisco al oeste.

#### ***Ilustración 1: Marco geográfico***



**FUENTE 1:** *sin autor mapa Subachoque Cundinamarca obtenida de: Wikipedia*

*2023. Consultado: agosto de 2023 disponible en:*

[https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FSubachoque&psig=AOvVaw0PWFtCZAoWLFNc7u0MfLup&ust=1678192758004000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCPj20q2px\\_0CFQAAAAAdAAAAAB.A](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FSubachoque&psig=AOvVaw0PWFtCZAoWLFNc7u0MfLup&ust=1678192758004000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCPj20q2px_0CFQAAAAAdAAAAAB.A)

Subachoque es un municipio del departamento de Cundinamarca en Colombia. Está ubicado en la provincia de Sabana Occidental, a 45 kilómetros de Bogotá, la capital de Colombia. Limita con Zipaquirá, Tabio y Tenjo al este, Pacho y Zipaquirá al norte, El Rosal y Madrid al sur, y Supatá y San Francisco al oeste. (*Observatorio Regional Ambiental Y De Desarrollo Sostenible Del Río Bogotá, 2023*).

El municipio de Subachoque tiene una superficie de 20.700 hectáreas y se encuentra a 2.681 metros sobre el nivel del mar.

En su plan turístico, el municipio de Subachoque trata de enfocarse en el ecoturismo y agroturismo para mantener su visión de agricultura verde y madura como centro de atractivos turísticos: el centro histórico de Subachoque, la parroquia de San Miguel de Arcangela, el presbiterio, el gobierno, el teatro municipal, el municipio. Biblioteca, Fundación Amigos de Subachoque, Casa de la Cultura, Hogar del Antiguo Hospital San Antonio, Cementerio Municipal, Fragua de la Pradera, Corral de la Pradera, Casa Vieja y más (*Municipio De Subachoque, 2023*.)

## **8.4 MARCO LEGAL**

Para fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos de protección de los destinos turísticos se creó la Ley 2068 de 2020 que tiene como finalidad fortalecer la calidad turística y competitiva de cada sector promoviendo la reactivación económica del mismo (*Ley General De Turismo*, 2023).

Es por esto por lo que, se ha creado una gran variedad de leyes y normas para el desarrollo del turismo que a continuación se describen:

### **8.4.1 Artículo 52 de la constitución política**

El turismo se identifica como el beneficio de las personas como factor social y económico a tener un desarrollo integral en forma del uso de su ocio aumentando el valor de la autenticidad cultural de la sociedad, el cual se reconoce como aquel derecho que tienen todas las personas a recrear y hacer parte de la diversión a través del deporte, para lo cual el estado está obligado a fomentar estos espacio de disfrute del tiempo libre el cual deben ser democráticas y de libre acceso, las cuales forman parte de la educación y hacen parte además del gasto público.

### **8.4.2 Ley 300 DE 1996**

Es la ley que determina los principios de planificación, las normas y la importancia de la industria del turismo, los principios de concertación consisten en virtud de las cuales las decisiones y acciones del campo se sustentan en acuerdos de responsabilidad, esfuerzo y toma de recursos entre diversos

actores del sector público, así como del sector privado nacional e internacional para lograr fines útiles comunes. turismo; el principio de coordinación la cual consiste como su palabra lo indica en coordinar aquellas entidades que forman parte del sector turístico y el desempeño de sus funciones; principio de descentralización, de acuerdo a este la industria turística tiene como fin los diferentes estamentos del país en sus ramas económicas y es realizada por compañías privadas y públicas de acuerdo a su ramo de actividad; principio de planeación, el cual consiste en el desarrollo de un plan a fin del turismo para que haga parte del plan territorial; principio de protección al ambiente, el cual determina que todas aquellas actividades relacionadas con el sector turístico no deben ni pueden atentar contra la sostenibilidad ambiental; principio de libertad de empresa, el cual menciona que cualquier persona natural puede crear empresa para el desarrollo de turismo siempre y cuando cumplan con la regulación de la ley entre otras.

#### **8.4.3 Ley 679 DE 2001**

Esta ley tiene como finalidad brindar protección frente a los malos usos de los servicios turísticos como lo son la explotación, pornografía, turismo sexual y otras formas de explotación sexual a menores de edad, esta ley aplica para el cualquier persona natural o jurídica a nivel nacional o internacional, cuya actividad comercial de bienes y servicio a través de redes que esté directamente relacionada con el asunto, el gobierno a través del ministerio de comunicaciones busca regular el comportamiento eficaz en la gestión y uso de las redes globales; los prestadores de servicios turísticos no podrán publicar material pornográfico fotos o videos en presencia de menores de edad, o con

indicios de visualización por parte de los mismos; en cuanto a los deberes de todos los colombianos deben reportar los delitos con las autoridades correspondientes, Combatir la proliferación de armas de destrucción masiva con todos los medios tecnológicos a su alcance y la difusión de material pornográfico.

#### **8.4.4 Ley 17 de 1981, ley 611 de 2000 y ley 1333 DE 2009**

Estas leyes dan una idea de cuan sensible y delicado puede ser el turismo para las especies de plantas y animales, especialmente cuando están en peligro de extinción. Por las razones antes mencionadas se recomienda a los participantes de actividades turísticas, sensibilizarse, actuar y aplicar leyes que protejan la fauna, flora y los ecosistemas y las posibles consecuencias de un manejo inadecuado.

#### **8.4.5 Ley 1259 del 2008 y ley 1466 de 2011**

El propósito de la ley es cuidar los recursos ambientales y la salud pública, al exigir el manejo apropiado de los desechos sólidos.

La presente ley tiene por objeto crear e implementar el benchmarking ambiental como herramienta de cultura ciudadana sobre el correcto manejo de los residuos sólidos y basuras, la prevención de afectaciones ambientales y la salud pública a través de sanciones pedagógicas y económicas para todas las personas naturales. . o legales que violen la normativa vigente en materia de residuos sólidos y además promuevan las buenas prácticas ambientales.

la ley 1259 2008 que confirma la aplicación de la impugnación ambiental a los infractores de las normas de limpieza, clasificación y transporte de residuos en el territorio del Estado; y se emiten otras reglamentaciones.

#### **8.4.6 Ley 397 de 1997**

Conocida como la ley global de cultura, tiene por propósito, conservar, restaurar y mostrar el patrimonio cultural.

Las tareas culturales de los servicios del Estado se llevan a cabo conforme a lo dispuesto en el apartado anterior, considerando que el objetivo principal de la respectiva política del Estado es la conservación del patrimonio cultural nacional y su sostenimiento. y alentar a individuos, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan la expresión artística y cultural a nivel local, regional y nacional.

Las disposiciones de esta ley y su futuro reglamento se aplican a aquellos bienes y clases de bienes que forman parte del patrimonio cultural de la nación, pertenecieron a las épocas prehispánica, colonial, independentista, republicana y moderna y son reconocidos como bienes culturales. de interés según los criterios de evaluación establecidos por el Ministerio de Cultura.

#### **8.4.7 Ley 1752 de 2015**

Tiene como finalidad castigar toda forma de discriminación por motivos de raza, etnia, religión, nacionalidad, ideología política o filosófica, género u orientación sexual, discapacidad y otros motivos de discriminación.

Esta ley obliga a todo aquel que incite o fomenta cualquier acto comportamiento o conducto que contribuya al acoso y tenga como objeto causarle daño físico o psicológico a otro por su raza, sexo, orientación sexual o cualquier otro acto que contribuya a la discriminación ira a prisión de doce (12) a treinta y seis (36) meses y multa de diez (10) a quince (15) salarios legales mensuales vigentes, a menos que el hecho sea un delito punible con una pena mayor.

## 9 DISEÑO METODOLÓGICO

### 9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio utilizó métodos cualitativos, incluidos los métodos de recolección de recopilación de datos basados en la descripción y observación de los fenómenos, con el objetivo principal de reconstruir a través de métodos inductivos (Vega, 2014).

Según (Valle, 2022) “La investigación descriptiva tiene como propósito comprender las etapas, costumbres y posturas predominantes a través de la exposición precisa de las actividades, objetivos, fases y personas” los involucrados en este análisis se dividen en tres grupos, en primer lugar son todos aquellos grupos de proveedores de servicios turísticos y autoridades locales del municipio de Subachoque, posteriormente todos aquellos artífices que hacen parte de la cadena de valor y finalmente los viajeros que visitan el municipio.

La investigación se basa en un enfoque no probabilístico, según la cámara de comercio de Bogotá, en Subachoque hay 1.334 empresas registradas de las cuales un estimado de 200 empresas se dedican al sector turístico, (Camara de comercio de Bogota, 2023) por ende se decidió tomar una muestra de 45 empresas a encuestar.

## 9.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

- ❖ **Fuentes de información primarias:** Corresponde a la realización de encuestas, fichas de valoración de atractivos y sesiones de grupos con todas aquellas entidades relacionadas a la investigación.
- ❖ **Fuentes de información secundarias:** Como lo son documentos bibliográficos relacionados al turismo en Subachoque, para dar soporte a la base teórica de la investigación de la cual parte una sugerencia de mejora de la cadena de valor de la cadena de valor.

## 9.3 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

La primera fase denominada contexto de los procesos turísticos en el municipio de Subachoque; tuvo como finalidad conocer el relacionamiento del municipio con la cadena de valor.

La segunda fase denominada caracterización la cual partió de la identificación de la cadena de valor en el municipio de Subachoque a través de las vivencias propias de los empresarios y quienes hacen parte del sector turístico del municipio.

La tercera fase denominada diagnóstico se caracterizó por el análisis de los procesos de planificación en materia turística, planes de ordenamiento territorial, superestructura turística, y inventarios del destino, por otra parte, consistió en identificar los prestadores de servicio turístico, y los intermediarios del marketing que favorecen los procesos de comercialización, promoción y

entrega del servicio y finalmente lo relacionado con la caracterización del turista potencial.

#### **9.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

la presente investigación se realizó mediante encuestas, un método de recopilación de información a través de un grupo de preguntas realizadas al grupo de actores involucrados en este caso proveedores del turismo y turistas, para percibir comentarios, actitudes y comportamientos, a través de la identificación de grupo de interés en una población.

Por otra parte, se realizó promesas de trabajo que consistió en reunir a un grupo de actores involucrados en el cual hubo un moderador quien fue la persona encargada de hacer preguntas y dar el espacio a los involucrados de expresar sus opiniones, también definido como una forma de entrevista grupal en la que interviene el investigador y los participantes (Hamui & Varela, 2012).

## **10. ESTADO DEL ARTE DEL DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE SUBACHOQUE A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR**

El turismo hace referencia a las diferentes actividades de las personas con visitas a lugares que cuentan con un potencial importante a la hora de brindar la oportunidad de atractivos, es por esto que se debe tomar en cuenta todos los actores que intervienen en el proceso para el respectivo diagnóstico de beneficio mutuo, en cuanto al beneficio hace referencia en gran parte a la utilidad económica y por otra parte a la sociedad en general en aspectos como bienestar social, cuidado del medio ambiente, responsabilidad social y demás temas de interés, el departamento de Cundinamarca cuenta con riquezas naturales importante del país.

### **10.1 LA SOSTENIBILIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL TURISMO EN COLOMBIA**

El desarrollo sostenible busca la inclusión de las diferentes normas y exigencias que los entes que a nivel mundial como la OMT (organización mundial del turismo) establecen bajo parámetros específicos y necesarios, con la intención de que con buenas prácticas sostenibles se realizan aportes sociales, ambientales y económicos además de que se pueden mejorar sin

afectar los recursos naturales, proceso que para Colombia a lo largo de la historia ha resultado bastante difícil, así mismo avanza a un ritmo lento, para los diferentes prestadores de servicios turísticos y demás complementarios resulta interesante la inclusión de buenas prácticas como ventaja competitiva y económica que se orienta a cumplir las necesidades de los turistas actuales. (Mendoza., 2019).

## **10.2 TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: ANÁLISIS DEL POTENCIAL ECONÓMICO Y COMPETITIVO DEL SECTOR**

El turismo a nivel mundial presenta diferentes beneficios para los países de acuerdo a sus riquezas y potencial para impulsar el desarrollo, numerosos artículos han apoyado de manera abrumadora la idea de que existe una asociación positiva entre el turismo y el crecimiento económico esto con la intención de que se tenga una visión clara de las necesidades fuera de lo económico y solo la prestación de servicio, a nivel mundial el interés de los individuos por contribuir en el bienestar y conservación del medio ambiente, motivo por el cual las empresas en la prestación y venta de servicios y productos integran la ideología de que “para ser competitivo el desarrollo de un destino debe ser sostenible, no sólo económica y ecológicamente, sino social, cultural y políticamente”.

Colombia tiene una variedad de cadenas de hoteles internacionales que requiere una inversión extranjera de infraestructura directa que promueve diariamente una gran demanda de visitantes.

Las ventajas competitivas pueden ser estructurales o funcionales. En primer lugar, son los que alcanzan las ubicaciones de los destinos en relación con los mercados turísticos. Importadores, como la distancia entre el hogar del turista y el destino o la relación tiempo-costo para llegar allí de los países emisores; mientras que las funcionales a partir de la habilidad y habilidad que se generan tienen por objeto gestionar aspectos como la publicidad y el marketing de sus productos y/o servicios.

según (Benavides, 2019) dichas ventajas tienen que tener los siguientes requisitos para que sean verdaderamente significativas:

- Atractivos significativos, que incentiven a los turistas a visitar el destino.
- Relación con los elementos que valoran los turistas como los atractivos del destino.
- En caso de variación del entorno, dichas ventajas deben ser sostenibles y/o defendibles en el tiempo.

### **10.3 ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL SECTOR TURISMO**

El sector turístico, que consiste en diversidad de componentes, incluidos turistas, agentes de viajes, transporte, alojamiento, comerciales, compañías financieras, entre otras, es un espacio significativo para el proceso de

comunicación, porque las actividades turísticas requieren interacción, intercambio, información de flujo y diálogo. Por lo que hace necesario que se realice la inclusión de diferentes herramientas como TIC que hacen parte de la manera de comunicación más actual de las empresas con los clientes esto con la intención de llegar y captar una atención más amplia de clientes y posibles clientes, sus distintas utilidades han influido en la comercialización, rentabilidad, competitividad, posicionamiento y expansión del turismo. (Navarro., 2020), se presenta como una estrategia para el mejoramiento continuo y así mismo los resultados de interés.

El departamento de Cundinamarca posee una extensión territorial de 22.434 km<sup>2</sup> y una población de 2.639.059 habitantes, distribuidos en 116 municipios.

Cundinamarca es uno de los 32 departamentos de Colombia, limita por el norte con el departamento de Boyacá, por el sur con los departamentos del Meta, el Huila y el Tolima, y por el occidente, con el río Magdalena, que lo separa de los departamentos del Tolima y de Caldas, por el oriente, también limita con el departamento de Casanare. Asimismo, en el departamento de Cundinamarca se localizan 2 parques nacionales, teniendo así una gran diversidad en recursos naturales, especialmente hídricos, por lo cual en el departamento se encuentran varias reservas naturales.

#### **10.4 CADENAS DE VALOR Y TENDENCIAS EN INNOVACIÓN EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

el sector turístico a lo largo de la trayectoria y avances de la globalización ha logrado adquirir diferentes herramientas que le permiten mejorar la capacidad

de atención y para el desarrollo de las actividades en este caso se habla de las TIC como herramientas de comunicación e información ante las exigencias de un cliente que presenta mayores demandas y conocimientos actuales, con esto realizando tareas esenciales tanto para los prestadores de servicios turísticos como para el turista recibiendo información y conocimiento mediante la tecnología, este se cataloga como una inmersión e inmersión de la tecnología como innovación para el turismo, puesto las oportunidades antes mencionadas que con un buen uso llevan a un mayor éxito.

Ahora bien, en cuanto a la cadena de valor referente en el presente trabajo como herramienta de análisis del sector turístico, Para la realización de todo proceso productivo, es importante tener una organización establecida, y una división general y concisa para cada peldaño de la cadena; a esta organización, se le llama gobernanza. Las cadenas de valor por su variedad de eslabones y procesos se encuentran en interacción unas con otras, en ese sentido, es crucial manejar la gobernanza, debido a que, esta asegura que dicha interacción no se dé al azar. Las cadenas de valor se rigen cuando los parámetros de procesos productivos se establecen, es decir, se proponen de una manera concisa, para que las consecuencias que tengan sobre las mismas abarquen paquetes de actividades, actores, roles y funciones.

En cuanto al turismo, se puede decir que las cadenas funcionan de tal manera que su estructura es establecerse internamente para prestar servicios externamente. Su conformación estaría formada por empresas de transporte, empresas de entretenimiento, hoteles o empresas de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, corredores de viajes, líneas aéreas y seguros a nivel

nacional e internacional articulaciones entre los diversos vínculos necesarios para un resultado positivo de la propuesta de valor generado a un cliente, se evalúa toda la cadena y no una parte de ella. Como resultado es un diagrama que completa el clúster de producción turística a partir de estas articulaciones. (Benavides, 2019).

Hay variables que afectan la competitividad del turismo, como Inflación de ingresos, origen y destino, financiamiento del producto turismo, tamaño y estructura del mercado, grado de competencia en la oferta, barreras de entrada a la actividad turística, los precios de los factores de producción, la tecnología, la calidad de los productos turismo, la regulación sobre turistas, bienes sustitutivos y complementarios, sus cantidades y precios, los gustos y preferencias, expectativas y otros como el clima o el urbanismo, la estación y duración y temporada de ocio, moda, política fiscal, legislación y controles ambientales y sanitarios gasto turístico, promoción de destino de viaje, tipo de cambio, tiempo de viaje, costo del producto turístico y los costes de transacción asociados al acceso, entre otros.

## **10.5 OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE SUBACHOQUE**

Subachoque es uno de los municipios que forman parte de la Sabana Occidental y cuenta con recursos naturales que forman parte de los atractivos turísticos en diferentes vertientes, aunque estos atractivos no son suficientes para ser considerado un destino turístico debido a diversas desventajas. Según un artículo escrito por (Gómez, 2019), que intenta comprender la problemática

de la población y analizar la oferta y demanda de turistas en Subachoque utilizando una herramienta similar al FODA, también queda claro que la economía turística ha decaído rápidamente en años recientes; Se observó que el municipio no cuenta con una política de promoción, apoyo y conservación de los destinos turísticos, lo que provoca que se deteriore su condición y que el lugar no reconozca el patrimonio cultural.

## **10.6 TURISMO EN SUBACHOQUE**

En cuanto al potencial ecoturístico del municipio, es importante destacar que Subachoque cuenta con el 20.87 por ciento del Sistema Nacional de Áreas Protegidas SINAP, el 6.22 por ciento de humedales y el 23.98 por ciento de brezales (DNP, 2020). El Río Subachoque y el Pantano de Arce son áreas protegidas declaradas por el Convenio CAR No. 17 de 1992, un total de 4.202 hectáreas de bosque andino y páramo que incluye El Tablazo, Cerro Carrasposo, Laguna El Verijón y Vereda de Guamal Oriental, Vereda Guamal Central y Pantano de Arce. Así, la Reserva Forestal Quebrada Paramillo y Queseros, declarada por el Congreso de la CAR N° 17 de 1993, también se ubica en la zona de La Pradera y es una zona de bosque andino.

Con base en la explicación anterior, se puede observar que Subachoque tiene un potencial turístico basado en atractivos culturales y naturales y su realización.35 actividades en la naturaleza que reciben el reconocimiento de los visitantes, sin embargo, las acciones del IDCTS se centran en el deporte y la cultura de alta y muy baja prioridad. La gestión turística provoca que los

operadores tengan un impacto negativo en el ecosistema y no beneficia a la población local en general.

## **10.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUBACHOQUE**

- la Reserva Natural el Tablazo
- el Pantano de Arce
- el Parque de la Ferrería
- los Bosques de Niebla
- el alto del Boquete
- Iglesia de San Félix y San Antonio

## **10.8 FACTORES CRITICOS QUE IMPIDEN EL DESARROLLO TURISTICO EN SUBACHOQUE**

De acuerdo al plan de desarrollo municipal 2020 – 2023:

En referencia al patrimonio municipal se evidencia como factor crítico el deterioro de los cimientos y falta de documentación que sustente el valor histórico de las infraestructuras, además de la identidad y falta de pertenencia de las nuevas generaciones; por tanto, como estrategia de mejora se plantean realizar alianzas que permitan la investigación del patrimonio cultural, lo cual constituya documentos que le den valor histórico al municipio (plan de desarrollo municipal Subachoque, 2020-2023) .

En cuanto a la gobernanza se refleja que las exigencias de la comunidad cada vez son más altas, la capacidad de respuesta de la administración es

insuficiente, así como los recursos económicos para la inversión, por tanto, se plantea capacitación constante a los funcionarios públicos para priorizar los requerimientos de la comunidad tanto como la distribución de los recursos.

De acuerdo con la oferta del turismo denota la insuficiencia de atractivos turísticos y poco control de las actividades ejercidas por particulares, además de planificación del sector turístico que no se materializa para lo cual las estrategias que se pretenden implementar se relacionan a la actualización del inventario y la implementación del turismo ecológico, agropecuario y cultural.

En cuanto a las vías de acceso y transporte se evidencia carreteras en condiciones inadecuadas y transporte público limitado lo que impide el acercamiento del turista al municipio; como estrategia de mejora se pretende implementar alianzas con municipios vecinos para mejorar las vías e implementar calidad del transporte público.

## **10.9 POLITICAS DE DESARROLLO TURISTICO EN SUBACHOQUE**

Para que se lleve a cabo la actividad turística, el empresario debe estar alineado a la política de ser un municipio agrícola y ecológico que se caracteriza por el cuidado por el agua, de la mano con los objetivos ambientales, económicos, culturales y éticos que promueve el desarrollo del turismo rural. (Esquema de ordenamiento territorial municipio de Subachoque,2029).

Entre sus ejes principales esta:

Fortalecimiento de la oferta turística: consiste en ampliar los productos turísticos que generen un valor agregado, mejorar la infraestructura para satisfacer las necesidades de los visitantes y promover el turismo ecológico

Sensibilización: capacitación a la comunidad anfitriona para mejorar y unificar la información brindada a los turistas, y la promoción de la cultura para tener identidad y pertenencia por parte de los habitantes del municipio

Canales de promoción: Implementación de campañas a través de medios audiovisuales, redes sociales, pancartas que promuevan la participación en las diferentes actividades turísticas

Seguimiento de indicadores: consiste en la evaluación periódica de la implementación de las políticas para tener un control y aplicar medidas correctivas para la mejora continua del sector turístico del municipio

## 11. RESULTADOS

### 11.1 ENCUESTAS

Para el caso de la investigación que se plantea el enfoque será constructivista, teniendo en cuenta que el turismo en primera instancia es un hecho social que promueve la interacción entre el visitante, la comunidad, los empresarios y el sector público, se realizaron 45 encuestas (ver anexo 1 modelo de encuesta), es un método de recopilación de datos ampliamente utilizado en investigaciones para recopilar información y opiniones de una muestra representativa de la población o grupo de interés sobre un tema específico (*Encuesta, 2023*), se aplicó a actores directos e indirectos del turismo de Subachoque principalmente a comunidad anfitriona, comerciantes y empleados de servicios complementarios, y el sector público y privado, con la intención de tener una percepción del turismo en el municipio en la actualidad, de la cual se obtuvo los siguientes resultados:

### 11.1.1 Actividad productiva o económica que desarrolla

**Tabla 1: Actividad productiva o económica que desarrolla**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																																			
1. Actividad productiva o económica que desarrolla																																			
GRÁFICA	TABLA																																		
<p>ACTIVIDAD PRODUCTIVA</p> <p>● Empresario - Comercio ● Empresario - Servicios turísticos ● Empleado ● Trabajador Independiente ● Sector público ● Otros</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad económica</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Empresario - Comercio</td> <td>12</td> <td>0.27</td> <td>26.67%</td> </tr> <tr> <td>Empresario - Servicios turísticos</td> <td>11</td> <td>0.24</td> <td>24.44%</td> </tr> <tr> <td>Empleado</td> <td>12</td> <td>0.27</td> <td>26.67%</td> </tr> <tr> <td>Trabajador Independiente</td> <td>7</td> <td>0.16</td> <td>15.56%</td> </tr> <tr> <td>Sector público</td> <td>2</td> <td>0.04</td> <td>4.44%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>1</td> <td>0.02</td> <td>2.22%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1.00</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Actividad económica	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Empresario - Comercio	12	0.27	26.67%	Empresario - Servicios turísticos	11	0.24	24.44%	Empleado	12	0.27	26.67%	Trabajador Independiente	7	0.16	15.56%	Sector público	2	0.04	4.44%	Otros	1	0.02	2.22%	Totales	45	1.00	100.00%		
Actividad económica	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																																
Empresario - Comercio	12	0.27	26.67%																																
Empresario - Servicios turísticos	11	0.24	24.44%																																
Empleado	12	0.27	26.67%																																
Trabajador Independiente	7	0.16	15.56%																																
Sector público	2	0.04	4.44%																																
Otros	1	0.02	2.22%																																
Totales	45	1.00	100.00%																																
ANÁLISIS																																			
<p>Se puede determinar que el 26.67% pertenece empresario - comercio entre los cuales se encontraron restaurantes, hoteles, lugares de venta de accesorios y bares, por otra parte, con el mismo porcentaje encontramos empleados de atención al cliente de restaurantes y bares, y finalmente con una representación mínima del 2.2% encuestamos una persona que no pertenece a ninguna de las actividades mencionadas</p>																																			

**Fuente:** Elaboración propia

## 11.1.2 Tipo de actor o eslabón que representa

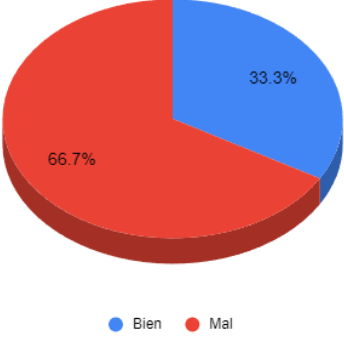
**Tabla 2: Tipo de actor o eslabón que representa**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																															
2.Tipo de actor o eslabón que representa																															
GRÁFICA	TABLA																														
<p>TIPO DE ACTOR</p> <p>● Prestador de servicios turísticos - Empresario ● Empresario - Servicios turísticos ● Infraestructura y/o servicios complementarios ● Comunidad anfitriónica</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de actor</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Prestador de servicios turísticos - Empresario</td> <td>15</td> <td>0.33</td> <td>33.33%</td> </tr> <tr> <td>Empresario - Servicios turísticos</td> <td>2</td> <td>0.04</td> <td>4.44%</td> </tr> <tr> <td>Infraestructura y/o servicios complementarios</td> <td>23</td> <td>0.5</td> <td>51.11%</td> </tr> <tr> <td>Proveedores de la industria turística</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0.00%</td> </tr> <tr> <td>Comunidad anfitriónica</td> <td>5</td> <td>0.1111111111</td> <td>11.11%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de actor	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Prestador de servicios turísticos - Empresario	15	0.33	33.33%	Empresario - Servicios turísticos	2	0.04	4.44%	Infraestructura y/o servicios complementarios	23	0.5	51.11%	Proveedores de la industria turística	0	0	0.00%	Comunidad anfitriónica	5	0.1111111111	11.11%	Totales	45	1	100.00%		
Tipo de actor	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																												
Prestador de servicios turísticos - Empresario	15	0.33	33.33%																												
Empresario - Servicios turísticos	2	0.04	4.44%																												
Infraestructura y/o servicios complementarios	23	0.5	51.11%																												
Proveedores de la industria turística	0	0	0.00%																												
Comunidad anfitriónica	5	0.1111111111	11.11%																												
Totales	45	1	100.00%																												
ANÁLISIS																															
<p>De acuerdo al tipo de actor que representan se puede deducir que infraestructura y servicios complementarios es el actor más frecuente con un 51.11% entre los cuales abundan los restaurantes, por otra parte, los prestadores de servicios turísticos tienen una representación del 33.33% que son los pasadías y finalmente con una representación mínima del 4.44% lo empresarios</p>																															

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.3 Estado actual del eslabón de superestructura y gobernanza

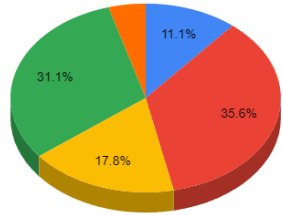
**Tabla 3: Estado actual del eslabón de superestructura y gobernanza**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																			
3. Estado actual del eslabón de superestructura y gobernanza																			
GRÁFICA	TABLA																		
<p>ESTADO DE SUPERESTRUCTURA Y GOBERNANZA</p>  <p>● Bien ● Mal</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado de la superestructura y gobernanza</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>15</td> <td>0.3333333333</td> <td>33.33%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>30</td> <td>0.6666666667</td> <td>66.67%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado de la superestructura y gobernanza	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	15	0.3333333333	33.33%	Mal	30	0.6666666667	66.67%	Total	45	1	100.00%		
Estado de la superestructura y gobernanza	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																
Bien	15	0.3333333333	33.33%																
Mal	30	0.6666666667	66.67%																
Total	45	1	100.00%																
ANÁLISIS																			
<p>De acuerdo los encuestados consideran en un 66% que no se encuentra bien ya que expresan falta de apoyo del gobierno de Subachoque, poca inversión en relación al turismo, poca acompañamiento en los proyectos y son los mismos empresarios quienes trabajan de manera independiente, por otra parte, el 33% indican que se encuentra bien porque consideran que el municipio ha crecido constantemente en oferta turística y lo asocian con programas aportados por la alcaldía del municipio</p>																			

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.4 Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo

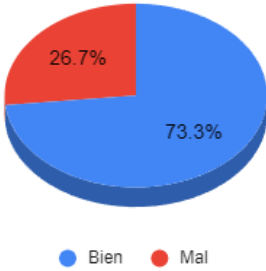
**Tabla 4: Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																															
4 aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo																															
GRÁFICA	TABLA																														
<p>ASPECTOS QUE FACILITAN O IMPIDEN EL DESARROLLO DEL TURISMO :</p>  <p> <span style="color: blue;">●</span> Presencia, existencia y cantidad de actores    <span style="color: red;">●</span> La Gestión y los resultados logrados  <span style="color: yellow;">●</span> El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector  <span style="color: green;">●</span> La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector    <span style="color: orange;">●</span> Elementos de calidad aplicados y presentes         </p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presencia, existencia y cantidad de actores</td> <td>5</td> <td>0.11</td> <td>11.11%</td> </tr> <tr> <td>La Gestión y los resultados logrados</td> <td>16</td> <td>0.36</td> <td>35.56%</td> </tr> <tr> <td>El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector</td> <td>8</td> <td>0.2</td> <td>17.78%</td> </tr> <tr> <td>La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector</td> <td>14</td> <td>0.31</td> <td>31.11%</td> </tr> <tr> <td>Elementos de calidad aplicados y presentes</td> <td>2</td> <td>0.04</td> <td>4.44%</td> </tr> <tr> <td><b>Totales</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>100.00%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Presencia, existencia y cantidad de actores	5	0.11	11.11%	La Gestión y los resultados logrados	16	0.36	35.56%	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	8	0.2	17.78%	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	14	0.31	31.11%	Elementos de calidad aplicados y presentes	2	0.04	4.44%	<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>		
Aspectos que facilitan o impiden el desarrollo del turismo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																												
Presencia, existencia y cantidad de actores	5	0.11	11.11%																												
La Gestión y los resultados logrados	16	0.36	35.56%																												
El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	8	0.2	17.78%																												
La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	14	0.31	31.11%																												
Elementos de calidad aplicados y presentes	2	0.04	4.44%																												
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>																												
ANÁLISIS																															
<p>De acuerdo a la información obtenida se observa gran parte de los encuestados consideran que los aspectos que facilitan o impiden el turismo del municipio con un 35.56% suscita en los resultados obtenidos y con un porcentaje de 31.11% el poder de influencia del sector, por otra parte, el 4.44% consideran es por los elementos de calidad aplicados presentes</p>																															

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.5 Estado actual del eslabón de prestación de servicios

**Tabla 5: Estado actual del eslabón de prestación de servicios**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																			
5. Estado actual del eslabón de prestación de servicios																			
GRÁFICA	TABLA																		
<p>ESTADO DEL ESLABON DE PRESTACION DE SERVICIOS</p>  <p>● Bien ● Mal</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado de el eslabon de prestacion de servicios</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>33</td> <td>0.73</td> <td>73.33%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>12</td> <td>0.27</td> <td>26.67%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado de el eslabon de prestacion de servicios	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	33	0.73	73.33%	Mal	12	0.27	26.67%	Totales	45	1	100.00%		
Estado de el eslabon de prestacion de servicios	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																
Bien	33	0.73	73.33%																
Mal	12	0.27	26.67%																
Totales	45	1	100.00%																
ANÁLISIS																			
<p>De acuerdo con la información suministrada por los encuestados se puede evidenciar 73.3% consideran que el eslabón de prestadores de servicio turístico se encuentra bien, considerando mayoritariamente que, a pesar de la falta de recursos económicos para la inversión en el sector turístico, Subachoque cuenta con una alta ventaja competitiva por sus paisajes y belleza natural y sólo el 26.6% considera lo contrario</p>																			

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.6 Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio


**Tabla 6: Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																															
6. Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio																															
GRÁFICA	TABLA																														
<p>ASPECTOS QUE FACILITAN O IMPIDEN LOS PRESTADORES DE SERVICIO</p> <p>● Presencia, existencia y cantidad de actores ● La Gestión y los resultados logrados ● El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector ● La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector ● Elementos de calidad aplicados y presentes</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presencia, existencia y cantidad de actores</td> <td>9</td> <td>0.2</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td>La Gestión y los resultados logrados</td> <td>11</td> <td>0.24</td> <td>24.44%</td> </tr> <tr> <td>El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector</td> <td>15</td> <td>0.3</td> <td>33.33%</td> </tr> <tr> <td>La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector</td> <td>9</td> <td>0.20</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td>Elementos de calidad aplicados y presentes</td> <td>1</td> <td>0.02</td> <td>2.22%</td> </tr> <tr> <td><b>Totales</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>100.00%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Presencia, existencia y cantidad de actores	9	0.2	20.00%	La Gestión y los resultados logrados	11	0.24	24.44%	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	15	0.3	33.33%	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	9	0.20	20.00%	Elementos de calidad aplicados y presentes	1	0.02	2.22%	<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>		
Aspectos que facilitan o impiden los prestadores de servicio	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																												
Presencia, existencia y cantidad de actores	9	0.2	20.00%																												
La Gestión y los resultados logrados	11	0.24	24.44%																												
El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	15	0.3	33.33%																												
La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	9	0.20	20.00%																												
Elementos de calidad aplicados y presentes	1	0.02	2.22%																												
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>																												
ANÁLISIS																															
<p>De acuerdo a los resultados se puede observar que el 33.3% lo que facilita o impide el desarrollo de los prestadores de servicio turístico se debe al relacionamiento con los demás sectores, por otra parte, con un 24.4% la gestión y logros obtenidos y con una representación mínima del 2.25% los elementos de calidad aplicados y presentes</p>																															

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.7 Estado del eslabón de proveedores

**Tabla 7: Estado del eslabón de proveedores**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																							
7. Estado del eslabón de proveedores																							
GRÁFICA	TABLA																						
<p>ESTADO DEL ESLABON DE PROVEEDORES</p>  <p>● Bien ● Mal ● Regular</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado del eslabon de proveedores</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>28</td> <td>0.62</td> <td>62.22%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>11</td> <td>0.24</td> <td>24.44%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>6</td> <td>0.13</td> <td>13.33%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado del eslabon de proveedores	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	28	0.62	62.22%	Mal	11	0.24	24.44%	Regular	6	0.13	13.33%	Totales	45	1	100.00%		
Estado del eslabon de proveedores	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																				
Bien	28	0.62	62.22%																				
Mal	11	0.24	24.44%																				
Regular	6	0.13	13.33%																				
Totales	45	1	100.00%																				
ANÁLISIS																							
<p>De acuerdo a los resultados se considera que el 62.22% de los encuestados considera que el municipio cuenta asertivamente con proveedores de la industria turística, gracias a que tiene conexiones con toda la sabana occidente, sin embargo, hay quienes consideran que no hay gran influencia de proveedores con un 24.4% y por tal motivo los precios de los servicios son más altos</p>																							

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.8 Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo

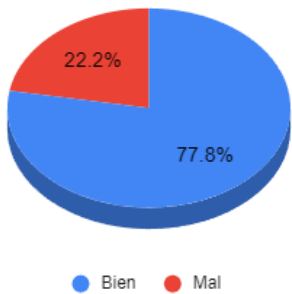
**Tabla 8: Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																															
8. Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo																															
GRÁFICA	TABLA																														
<p>ASPECTOS DE LOS PROVEEDORES QUE FACILITAN O IMPIDEN EL DESARROLLO</p> <p>● Presencia, existencia y cantidad de actores ● La Gestión y los resultados logrados ● El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector ● La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector ● Elementos de calidad aplicados y presentes</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presencia, existencia y cantidad de actores</td> <td>9</td> <td>0.20</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td>La Gestión y los resultados logrados</td> <td>3</td> <td>0.07</td> <td>6.67%</td> </tr> <tr> <td>El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector</td> <td>14</td> <td>0.31</td> <td>31.11%</td> </tr> <tr> <td>La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector</td> <td>9</td> <td>0.20</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td>Elementos de calidad aplicados y presentes</td> <td>10</td> <td>0.22</td> <td>22.22%</td> </tr> <tr> <td><b>Totales</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>100.00%</b></td> </tr> </tbody> </table>			Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Presencia, existencia y cantidad de actores	9	0.20	20.00%	La Gestión y los resultados logrados	3	0.07	6.67%	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	14	0.31	31.11%	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	9	0.20	20.00%	Elementos de calidad aplicados y presentes	10	0.22	22.22%	<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>
Aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																												
Presencia, existencia y cantidad de actores	9	0.20	20.00%																												
La Gestión y los resultados logrados	3	0.07	6.67%																												
El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	14	0.31	31.11%																												
La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	9	0.20	20.00%																												
Elementos de calidad aplicados y presentes	10	0.22	22.22%																												
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>																												
ANÁLISIS																															
<p>Los aspectos de los proveedores que facilitan o impiden el desarrollo del turismo mayormente con un 22.22% es debido a los elementos de calidad aplicados y presentes posteriormente con un 20% con similitud de respuestas se encuentran la presencia y existencia de cantidad de actores y la conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector y con menor representación un 6.67% en la gestión y resultados logrados, es decir que hay una falencia en la presencia y accesibilidad en conexiones con proveedores.</p>																															

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.9 Estado del eslabón de infraestructura y servicios

**Tabla 9: Estado del eslabón de infraestructura y servicios**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																			
9. Estado del eslabón de infraestructura y servicios																			
GRÁFICA	TABLA																		
<p>ESTADO DEL ESLABON DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO</p>  <p>● Bien ● Mal</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado del eslabon de infraestructura y servicios</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>35</td> <td>0.78</td> <td>77.78%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>10</td> <td>0.22</td> <td>22.22%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado del eslabon de infraestructura y servicios	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	35	0.78	77.78%	Mal	10	0.22	22.22%	Totales	45	1	100.00%		
Estado del eslabon de infraestructura y servicios	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																
Bien	35	0.78	77.78%																
Mal	10	0.22	22.22%																
Totales	45	1	100.00%																
ANÁLISIS																			
<p>La infraestructura y los servicios complementarios arrojaron resultados positivos respecto a su presencia con un 77.78% es decir hay una ventaja y fortaleza para los comerciantes que representan estos grupos y sobre todo para la economía y calidad de servicio a turistas, sin embargo, el 22.22% piensa lo contrario</p>																			

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.10 Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo


**Tabla 10: Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																															
10. Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo																															
GRÁFICA	TABLA																														
<p>ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS QUE AFECTAN O IMPIDEN EL DESARROLLO</p> <p> <span style="color: blue;">●</span> Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores  <span style="color: red;">●</span> La Gestión y los resultados logrados <span style="color: yellow;">●</span> El relacionamiento y encadenamiento productivo con I...  <span style="color: green;">●</span> La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector  <span style="color: orange;">●</span> Elementos de calidad aplicados y presentes         </p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores</td> <td>24</td> <td>0.53</td> <td>53.33%</td> </tr> <tr> <td>La Gestión y los resultados logrados</td> <td>6</td> <td>0.13</td> <td>13.33%</td> </tr> <tr> <td>El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector</td> <td>6</td> <td>0.13</td> <td>13.33%</td> </tr> <tr> <td>La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector</td> <td>7</td> <td>0.16</td> <td>15.56%</td> </tr> <tr> <td>Elementos de calidad aplicados y presentes</td> <td>2</td> <td>0.04</td> <td>4.44%</td> </tr> <tr> <td><b>Totales</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>1.00</b></td> <td><b>100.00%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	24	0.53	53.33%	La Gestión y los resultados logrados	6	0.13	13.33%	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	6	0.13	13.33%	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	7	0.16	15.56%	Elementos de calidad aplicados y presentes	2	0.04	4.44%	<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1.00</b>	<b>100.00%</b>		
Aspectos de infraestructura y servicios que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																												
Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	24	0.53	53.33%																												
La Gestión y los resultados logrados	6	0.13	13.33%																												
El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	6	0.13	13.33%																												
La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	7	0.16	15.56%																												
Elementos de calidad aplicados y presentes	2	0.04	4.44%																												
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1.00</b>	<b>100.00%</b>																												
ANÁLISIS																															
<p>De acuerdo con las respuestas obtenidas se analiza que la infraestructura y los servicios complementarios representan un 53.33%, por otra parte, el 15.56% considera que es por la conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector, sin embargo, con una representación mínima de 4.44% son los elementos de calidad aplicados y presentes</p>																															

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.11 Estado del eslabón de comunidad anfitriona

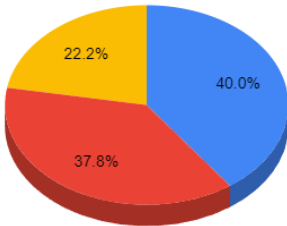
**Tabla 11: Estado del eslabón de comunidad anfitriona**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																							
11. Estado del eslabón de comunidad anfitriona																							
GRÁFICA	TABLA																						
<p>ESTADO DEL ESLABON DE COMUNIDAD ANFITRIONA</p>  <p>● Bien ● Mal ● Puede mejorar</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado del eslabon de comunidad anfitriona</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>29</td> <td>0.64</td> <td>64.44%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>9</td> <td>0.20</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td>Puede mejorar</td> <td>7</td> <td>0.16</td> <td>15.56%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado del eslabon de comunidad anfitriona	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	29	0.64	64.44%	Mal	9	0.20	20.00%	Puede mejorar	7	0.16	15.56%	Totales	45	1	100.00%		
Estado del eslabon de comunidad anfitriona	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																				
Bien	29	0.64	64.44%																				
Mal	9	0.20	20.00%																				
Puede mejorar	7	0.16	15.56%																				
Totales	45	1	100.00%																				
ANÁLISIS																							
<p>Según resultados de la tabla de frecuencias la comunidad anfitriona en el municipio de Subachoque presenta un nivel positivo de un 64.44% del total de personas encuestadas y solo el 20% lo encuentran negativo debido a la poca empatía del residente con el turista y con una representación mínima del 15.56% la población considera que se puede mejorar</p>																							

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.12 Aspectos de la comunidad anfitriona que facilitan o impiden el desarrollo

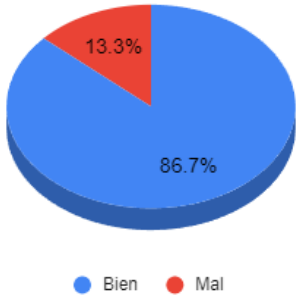
**Tabla 12: Aspectos de la comunidad anfitriona que facilitan o impiden el desarrollo**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																							
12. Aspectos de la comunidad anfitriona que facilitan o impiden el desarrollo																							
GRÁFICA	TABLA																						
<p><b>Apectos de la comunidad anfritiona que facilitan o impiden el desarrollo</b></p>  <p>● Interés por el turismo en el municipio ● Receptividad y aceptación por los turistas ● Calidez y atención para con los turistas</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Apectos de la comunidad anfritiona que facilitan o impiden el desarrollo</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Interés por el turismo en el municipio</td> <td>18</td> <td>0.40</td> <td>40.00%</td> </tr> <tr> <td>Receptividad y aceptación por los turistas</td> <td>17</td> <td>0.38</td> <td>37.78%</td> </tr> <tr> <td>Calidez y atención para con los turistas</td> <td>10</td> <td>0.22</td> <td>22.22%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Apectos de la comunidad anfritiona que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Interés por el turismo en el municipio	18	0.40	40.00%	Receptividad y aceptación por los turistas	17	0.38	37.78%	Calidez y atención para con los turistas	10	0.22	22.22%	Totales	45	1	100.00%		
Apectos de la comunidad anfritiona que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																				
Interés por el turismo en el municipio	18	0.40	40.00%																				
Receptividad y aceptación por los turistas	17	0.38	37.78%																				
Calidez y atención para con los turistas	10	0.22	22.22%																				
Totales	45	1	100.00%																				
ANÁLISIS																							
<p>De acuerdo con los aspectos que consideran los encuestados como positivos o negativos de la comunidad anfitriona impiden o facilitan el turismo, con esto se obtuvo que el 40% considera que hay un interés por el turismo en el municipio lo que es favorable para el crecimiento, para el 37.78% de debe la receptividad y aceptación por los turistas y un 22.2% considera que se debe a la calidez y aceptación por los turistas</p>																							

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.13 Estado del eslabón demanda de turistas

**Tabla 13: Estado del eslabón demanda de turistas**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																			
13. Estado del eslabón demanda de turistas																			
GRÁFICA	TABLA																		
<p>ESTADO DE ESLABON DE DEMANDA DE TURISTAS</p>  <p>● Bien ● Mal</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Estado del eslabon demanda de turistas</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bien</td> <td>39</td> <td>0.87</td> <td>86.67%</td> </tr> <tr> <td>Mal</td> <td>6</td> <td>0.13</td> <td>13.33%</td> </tr> <tr> <td>Totales</td> <td>45</td> <td>1</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Estado del eslabon demanda de turistas	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Bien	39	0.87	86.67%	Mal	6	0.13	13.33%	Totales	45	1	100.00%		
Estado del eslabon demanda de turistas	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																
Bien	39	0.87	86.67%																
Mal	6	0.13	13.33%																
Totales	45	1	100.00%																
ANÁLISIS																			
<p>El 86.67% de los encuestados consideran que Subachoque si es un municipio con bastante demanda ya que el lugar es visitado frecuentemente por turistas, sin embargo, el 13.33% considera lo contrario</p>																			

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.1.14 aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo

**Tabla 14: aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo**

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR MUNICIPIO DE SUBACHOQUE																											
14 aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo																											
GRÁFICA	TABLA																										
<p>ASPECTOS RELACIONADOS CON TURISTAS QUE FACILITAN O IMPIDEN EL DESARROLLO</p> <p>● Presencia, existencia y cantidad de turistas ● El conocimiento de las actividades y sitios turísticos... ● Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación ● Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo</th> <th>frecuencia absoluta</th> <th>frecuencia relativa</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presencia, existencia y cantidad de turistas</td> <td>7</td> <td>0.16</td> <td>15.56%</td> </tr> <tr> <td>El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio</td> <td>25</td> <td>0.56</td> <td>55.56%</td> </tr> <tr> <td>Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación</td> <td>4</td> <td>0.1</td> <td>8.89%</td> </tr> <tr> <td>Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio</td> <td>9</td> <td>0.2</td> <td>20.00%</td> </tr> <tr> <td><b>Totales</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>100.00%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%	Presencia, existencia y cantidad de turistas	7	0.16	15.56%	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio	25	0.56	55.56%	Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación	4	0.1	8.89%	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio	9	0.2	20.00%	<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>		
Aspectos relacionados con turistas que facilitan o impiden el desarrollo	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	%																								
Presencia, existencia y cantidad de turistas	7	0.16	15.56%																								
El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio	25	0.56	55.56%																								
Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación	4	0.1	8.89%																								
Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio	9	0.2	20.00%																								
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>100.00%</b>																								
ANÁLISIS																											
<p>El 55.56% de los encuestados considera que lo que facilita o impide el desarrollo de la demanda en el municipio es el conocimiento de las actividades y sitios turísticos, por otra parte, el 20% considera que es por la percepción del turista y solo el 8.895 considera por la conciencia de aspectos de sostenibilidad y conservación</p>																											

**Fuente:** Elaboración propia

## 11.1.2 DIAGRAMA DE ANALISIS DE LA CADENA DE VALOR

*Ilustración 2 Cadena de valor*

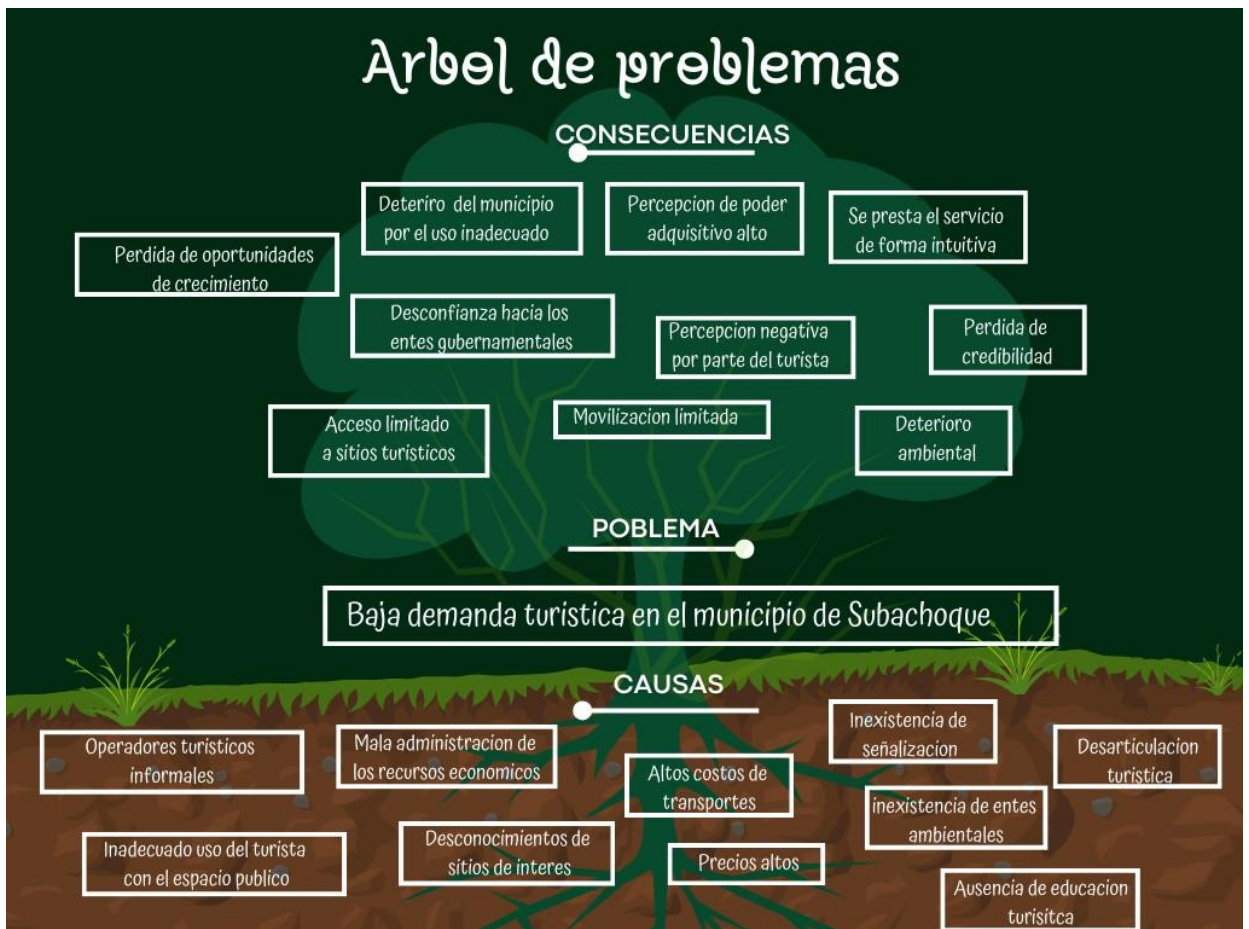


Fuente: Elaboración propia

## 11.2 MESAS DE TRABAJO

Mesa de Trabajo, es una instancia de coordinación, gestión y control de proyectos, donde se genera un diálogo entre las diferentes partes involucradas. Es decir, se define también como una auditoría y evaluación, para buscar falencias y soluciones. (Doc/RS, 2019). para el diagnóstico del presente trabajo se realizaron diferentes mesas de trabajo (ver formato mesas de trabajo diagnóstico) con la intención de recopilar información de acuerdo con la consideración la comunidad anfitriona respecto a las problemáticas del turismo en el municipio actualmente, de la cual se obtuvo la siguiente información:

### Ilustración 3 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 4 Diagrama de Ishikawa**



**Fuente:** Elaboración propia

## 11.2.1 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de oferta

**Tabla 15: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de oferta**

Nombre del Eslabón:	OFERTA TURÍSTICA - PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS		Municipio: Subachoque	
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
No existe caracterización de los operadores turísticos	Existe desconfianza para revelar que se trabaja como operador turístico	Falta de articulación de los prestadores turísticos	Realizar la caracterización por parte de los mismos operadores para determinar servicios existentes	En cuanto a la oferta la mayor afectación visualizada durante el desarrollo del proyecto se enfoca en el desconocimiento de los operadores de servicio turístico, los cuales se encuentran desarrollando sus actividades informalmente, ya que por experiencias propias o de sus vecinos la administración del municipio no oficializa legalmente permisos y posteriormente cierra los establecimientos, siendo esta una problemática que frena el desarrollo del turismo en el municipio y que genera desarticulación del eslabón, ya que al haber desconfianza por parte de la comunidad hacia la administración pública, genera proyectos informales que luego de ser descubiertos cierran, llevando a problemáticas como la desinformación de los servicios que oferta el municipio lo cual hace que el turista no se acoge con facilidad por la ausencia de conocimientos de servicios, adicional quienes prestan el servicio de agente turístico no informan correctamente sobre la historia del municipio creando dudas a los turistas;
No hay reconocimiento de los operadores turísticos en el mercado	Inexistencia de reconocimiento formal o reglamentario	Se pierden oportunidades de crecimiento turístico en el municipio	La caracterización permitirá que el municipio tenga mayor formalización	
	Desconocimiento de los operadores por parte de los visitantes	No existe proyección por parte de los jóvenes en el turismo	Reuniones para capacitación que muestren los beneficios del turismo para los habitantes y el municipio	
Desconocimiento de aspectos socio- históricos sobre el municipio	Desinterés en capacitarse con respecto al turismo del municipio	Se presta el servicio de forma intuitiva	Realizar proceso de sensibilización	
Ausencia de incentivos económicos, sensibilización y capacitación	Falta de formalización	Menor nivel de calidad en el servicio	Proyectar ventajas económicas	

Desinterés debido al difícil proceso de legalización de proyectos turísticos	No existen muchos sitios turísticos visibles	No se ve enriquecida la experiencia turística	Articulación de procesos educativos en el municipio que proyecten sentido de pertenencia	En pro del desarrollo del municipio se considera relevante la sensibilización y la educación del gremio, para que comprenda la importancia de generar el turismo en el municipio como fuente de ingresos, a través de talleres y actividades que permitan el sentido de pertenencia.
	Falta de articulación en la historia del municipio	Pérdida de credibilidad	Recolectar en un documento información y concluir una sola historia.	
La riqueza cultural patrimonial e histórica no está reconocida ni documentada debidamente	Falta de información o información incoherente a los turistas	No recibir información relevante del sitio visitado desinformación	Formalizar o agremiar las diferentes opciones de una guía con capacitación y conocimiento del sitio de interés	
Atraso en la implementación tecnológica y actualización de tecnologías del mercado	Falta de publicación por canales oficiales y redes sociales	Desconocimiento y pérdida de oportunidades para dar a conocer la reseña histórica, los privilegios, ambientales y culturales del municipio	Crear material audiovisual dando a conocer la riqueza ambiental, flora y fauna únicas de la región	
	Falta de promover la cultura y la Re creatividad	desconocimiento y pérdida de oportunidades para dar a conocer la reseña histórica, los privilegios, ambientales y culturales del municipio	utilizar canales digitales para la promoción de las actividades turísticas del municipio	

**Fuente:** Elaboración propia

## 11.2.2 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de demanda

**Tabla 16: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de demanda**

Nombre del Eslabón:	DEMANDA TURÍSTICA - TURISTAS, USUARIOS O VISITANTES		Municipio:	Subachoque
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
Desorganización de las actividades turísticas (Ciclismo, cabalgatas y motos)	El turista llega al municipio a hacer uso de los lugares sin control y conciencia	Daño a los lugares turísticos por mal uso del mismo	Sensibilizar e incluir aspectos de sostenibilidad en la formación turística y señalización existente	En cuanto a la demanda, el turista se ha visto descontrolado en su actuar y con rechazo producente del desorden que causa en el municipio el cual afecta a los habitantes de este; Para quienes viven en el municipio y trabajan en el sector coinciden en que Subachoque es un lugar destinado hacia el ecoturismo por sus maravillosos paisajes, sin embargo el turista ocupan el municipio para contaminar los espacios naturales, hacer fiestas y ruidos no característicos de los habitantes, por tanto se evidencia la ausencia de control por parte de las autoridades pertinentes lo cual genera un rechazo del habitante frente al ingreso de terceros a su municipio, para esto los relacionados proponen actividades de reconocimiento de municipio verde para Subachoque, indicando a necesaria intervención
	No existe una caracterización de intereses de los turistas	Ofrecer servicios que no ayudan a la conservación ecológica del municipio	Realizar caracterización para identificar el perfil e intereses de los turistas	
No hay presencia de la secretaría de ambiente para controlar temas de contaminación, demarcar zonas de reserva, ya que se han evidenciado diferentes especies de animales dentro los bosques nativos y frailejones	Falta de presencia del ente ambiental	Imagen negativa para el municipio	concientizar conocimientos y capacitar a la comunidad aledaña a los sitios turísticos de respetar las zonas de reserva para dar la importancia que merece.	

	Falta de presencia de la secretaría de bienestar animal	Deterioro y pérdida de flora y fauna única de estos sitios	Es un problema que puede abordarse a través de una combinación de enfoques educativos, regulaciones, incentivos y promoción de la responsabilidad individual y colectiva	de las autoridades competentes para generar comunicados informativos de actividades excluyentes de ciertos zonas del municipio para la conservación de la flora y fauna del mismo.
--	---	--	--	--

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.2.3 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de superestructura

**Tabla 17: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de superestructura**

Nombre del Eslabón:	SUPERESTRUCTURA - GOBERNANZA, ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS		Municipio:	Subachoque
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
La normatividad solo se usa para restringir las actividades turísticas. Esta es obsoleta	Limitación de los prestadores de servicio turístico para el crecimiento del sector	Desinterés por el turismo en el municipio	Agremiación o asociatividad	La superestructura fue el eslabón más crítico por los involucrados, informando el descuento del gremio hacia el desarrollo del turismo por parte de la alcaldía en el cual destacaron problemáticos relacionados a los permisos constituidos legalmente hacia las comerciantes para luego cerrar sus locales sin ningún precedente, adicional la promoción de los destinos turísticos no tiene impacto incluyente que promueva la visita de terceros al municipio y las constantes restricciones al operador turístico, lo cual ha generado desconfianza de la comunidad, quienes proponen que la alcaldía genere proyectos publicitarios de promoción y estrategias para el crecimiento del
Los programas de promoción de destinos turísticos no tienen impacto	Existen apoyos sesgados a un grupo selecto de personas y empresas locales	Desconfianza hacia las instituciones municipales	Cambios de la filosofía y prácticas de gobernanza tales de instituciones y administradores locales	
	Falta de compromiso institucional y/o gubernamental para desarrollar un producto publicitario de calidad	Bajo nivel de visitantes de otros municipios	Desarrollo de proyectos publicitarios de promoción y estrategias de calidad	

Manejo y aplicación de la normatividad vigente en materia turística	Mala administración pública	Imagen negativa y rechazo a falta de interés hacia las propuestas e iniciativas públicas	impartir capacitaciones y adiestramiento sobre normatividad vigente turística	sector, así como capacitaciones de una guía turística entre otras.
	el desconocimiento de la normativa turística	desaprovechamiento de información relevante y turistas insatisfechos	Actualización de las normativas y difundirlas de acuerdo a las necesidades de los turistas y prestadores de servicio	

**Fuente:** Elaboración propia

## 11.2.4 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de infraestructura

**Tabla 18: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de infraestructura**

Nombre del Eslabón:	INFRAESTRUCTURA - SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y DE APOYO		Municipio: Subachoque	
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
Inexistencia de señalización para el turismo en el municipio	Desconocimiento por parte del turista de los sitios de interés	Falta de señalización en las vías	Mayor gestión de las entidades públicas, locales y territoriales	De acuerdo con la información recolectada después de realizado el diagnóstico de la situación del turismo para el eslabón de infraestructura en el municipio se concluye que la mayor problemática se centra en tres puntos importantes que son la falta de señalización, esto ocasiona para el turismo dificultad puesto que no existe un orden y orientación oportuna a los turista, lo que lleva a que los prestadores de servicios pierdan oportunidades de ofertar sus servicios, generando problemas de orden e identificación de estos lugares, para esto es importante que como posible solución planteada por los mismo prestadores exista una gestión por parte de la entidades gubernamentales así poder avanzar con proyectos de mejora en las vías de acceso con su respectiva señalización, como segunda problemática se presenta el escaso transporte público para las veredas Subachoque al ser un municipio de grandes oportunidades turísticas, la
	No hay políticas para la señalización	pérdida de oportunidades por la mala organización	Gestionar recursos para la señalización	
Escaso transporte público para movilizarse a las veredas	Altos costos de transporte	Acceso limitado a los sitios turísticos	Sensibilización y generación de conciencia para integrar el comercio y demás actores del turismo local	

<p>No hay conciencia de los servicios complementarios</p>	<p>Desarticulación con los demás actores del turismo</p>	<p>No se perfilan las oportunidades de negocio turístico</p>	<p>Evaluar dentro de la red de operadores turísticos la oportunidad de negocio para algunos</p> <p>mayoría de sus atractivos se encuentra ubicados en veredas es así, con el transporte limitado, este tiene un costo elevado, llevando así a la decisión de los turistas de no dirigirse y buscar otras opciones, para esto se presenta como alternativa de solución una sensibilización para que las empresas de transporte consideren los beneficios económicos. Por último se presenta una falta de conciencia en los servicios complementarios puesto que la mayoría de los empresarios busca la manera de trabajar individualmente en busca de beneficio propio es así como se genera la desarticulación de estos actores, generando como consecuencia la pérdida de oportunidades que podrían obtenerse al trabajar en conjunto, como solución alternativa se puede evaluar la oportunidad de unión de diferentes servicios y buscar la manera de generar una mejor rentabilidad para todos; de acuerdo con la información anterior se concluye que Subachoque es un municipio que presenta gran dificultad en organización e infraestructura que debe reestructurarse para el mejor desarrollo del turismo.</p>
---	--	--	---

**Fuente:** Elaboración propia

## 11.2.5 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de proveedores

**Tabla 19: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de proveedores**

Nombre del Eslabón:	PROVEEDORES - MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PARA LA INDUSTRIA		Municipio: Subachoque	
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
Altos costos de insumos y materias primas para algunos productos y servicios	Precios altos de productos y servicios para el turista	Percepción de poder adquisitivo alto de la población	Búsqueda de mejores alternativas y precios más competitivos	De acuerdo a el diagnóstico realizado se concluye que presenta diferentes problemáticas, con causas y consecuencias que no son favorables para la actividad, problemáticas como los altos costos de las materias primas e insumos, por otra parte que no son de fácil acceso económico para los empresarios lo que genera una percepción de alto poder adquisitivo, para esto los precios de los productos y servicios deben generar ganancia alguna llevando así a establecer un precio más alto que en muchos otros lugares, generando desventaja, una posible solución es la negociación con nuevos proveedores, búsqueda de más opciones, que brinden mejores resultados; por otro lado está la ausencia de servicios que genere la incompetencia y no poder ofrecer al turista más opciones, como consecuencia brinda una mala percepción por parte del cliente, como posible solución se puede tener una articulación de los proveedores y los prestadores de servicios turísticos que ayuden a mejorar el trabajo, al existir una desorganización y desinformación los proveedores existentes son difíciles de identificar lo que da como resultado una mayor dificultad de negociación oportuna y beneficiosa para esto es importante considerar una asociación de proveedores, por lo cual en general se considera importante la identificación de los proveedores que brinden mejores oportunidades de precios, calidad y eficacia a los prestadores de servicios turísticos para así mismo mejorar las
Ausencia de servicios requeridos por la actividad turística que no están disponibles en el municipio	Falta de información de esos servicios y productos que se pueden conseguir	Mala percepción de los turistas en el servicio	Organización de los proveedores y mayor articulación los prestadores de servicios turísticos	
No existe una red de información sobre proveedores disponibles y existentes claramente identificados	No hay divulgación ni conocimiento de los servicios y productos turísticos existentes	Desorientación del turista	Recolección de información y directorio de proveedores y servicios del municipio	
	falta de relaciones con nuevos proveedores	Pérdida de oportunidades para los prestadores del servicio turístico	Asociatividad de proveedores y agremiación	

				actividades del turismo que requieren de estos.
--	--	--	--	---

**Fuente:** Elaboración propia.

### 11.2.6 Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de comunidad

**Tabla 20: Matriz de análisis, procesamiento y consolidación del diagnóstico de comunidad**

Nombre del Eslabón:	COMUNIDAD LOCAL - ANFITRIONES DEL TURISMO		Municipio: Subachoque	
Problemática identificada	Causas del problema	Consecuencias para el Turismo	Alternativas de solución	Conclusiones generales
No existe cultura turística en la comunidad	Daños de diferentes sitios de servicio	percepción negativa del turista por actividades que realiza de forma desorganizada	Articular con los colegios e instituciones educativas la inserción del turismo municipal como parte de su aprendizaje	La falta de cultura en la comunidad es una problemática multifacética que tiene un profundo impacto en la vida de sus habitantes y en el desarrollo de la sociedad en su conjunto. A medida que se concluye este diagnóstico, es crucial reflexionar sobre la importancia de abordar la falta de cultura en las comunidades debido a que como causa se identificó la falta de cuidado de las zonas y lugares turísticos, daños de los visitantes y los mismo vecinos lo que genera como consecuencia la percepción negativa por parte de los turistas puesto que las condiciones de los lugares no son las de un lugar oportuno para recibir visitantes, otra problemática es la falta de interés de grupos externos al turismo como por
	Marcadas de diferencias de zona rural y urbana	Pérdida de oportunidades en la prestación de servicios turísticos	Crear programas de inclusión para la comunidad estudiantil	

<p>Desinterés por el turismo por parte de algunos habitantes del municipio como los jóvenes de los colegios</p>	<p>Cierta apatía por visitantes y extraños</p>	<p>Pérdida de concientización y sentido de pertenencia del cuidado del municipio y los sitios turísticos</p>	<p>Sensibilización y capacitación en turismo</p>	<p>ejemplo los estudiantes de los diferentes colegios del municipio, vecinos que se dedican a otras actividades económicas, es una consecuencia que puede llevar a que los turistas tengan un mismo comportamiento a estas personas ya que es lo que se percibe, como posible solución se presenta la sensibilización e integración de estos grupos a las oportunidades que puede generar el turismo, dándoles a entender situaciones como que el turismo puede tener un impacto ambiental significativo, desde la degradación de ecosistemas frágiles hasta la generación de residuos y emisiones de carbono. Las comunidades deben adoptar prácticas de turismo sostenible para minimizar estos efectos y preservar su entorno natural y cultural. Como conclusión a la información aquí recolectada Subachoque es eslabón de comunidad presenta dificultad en la sensibilización del turismo para el municipio en general, lo que genera un retraso en el desarrollo del turismo y la pérdida de oportunidades por esta situación.</p>
---	--	--	--	---

**Fuente:** Elaboración propia

## 12. CONCLUSIONES

A partir de este proyecto se recolectó una serie de información que permite afirmar lo siguiente:

- Los estudios relacionados al desarrollo del turismo en los diferentes municipios del país concluyen la importancia de la implementación de las TIC para el desarrollo del turismo ya que estas hacen parte de la comunicación actual de las empresas con el cliente y adicional permite la captación más amplia de los posibles turistas, además estos estudios mencionan el desarrollo sostenible como parte fundamental del turismo aplicado como una buena práctica de inclusión de cuidado ambiental como ventaja competitiva que satisface la necesidades actuales de los turistas.
- En los estudios investigados sobre el desarrollo del turismo en Subachoque concluyen que la dificultad del municipio para avanzar esto ligado a que no cuenta con políticas gubernamentales que contribuyan con la promoción apoyo y conservación de los atractivos turísticos impidiendo el reconocimiento del patrimonio, la fauna y flora silvestre por parte de los turistas, sin embargo también se destaca por ser un potencial del ecoturístico ya que cuenta con una área rural que beneficia a el prestador de servicios turísticos que brinda experiencias relacionadas a la visita de los paisajes y la historia patrimonial del municipio.

- De acuerdo a la información recolectada en las encuestas se puede deducir que la actividad económica más frecuente en el municipio pertenece al empresario de comercio en su mayoría restaurantes, siendo el tipo de actor más recurrente la infraestructura y/o servicios complementarios, adicional se evidencia alto estado de desacuerdo con la administración gubernamental manifestando el poco apoyo del municipio hacia los empresarios.
- Los encuestados consideran que el municipio cuenta con prestadores de servicio que permiten el desarrollo efectivo del turismo a partir de la gestión y resultados obtenidos, sin embargo, coinciden en que el municipio cuenta con una alta demanda de turistas enfocados en la bici turismo, el turismo sostenible y turismo rural.
- El diagnóstico de la cadena de valor realizado en el municipio con los diferentes prestadores de servicio turístico y comerciantes concluye principalmente que una de las causales que impiden el desarrollo del turismo en Subachoque es el desconocimiento de los operadores del sector turístico quienes huyen de la formalidad, ya que consideran que el ente gubernamental no apoya sus emprendimientos creando desconfianza, debido a que en ocasiones las personas informan abiertamente a la alcaldía sus proyectos y posteriormente son cerrados; la informalidad es una camisa de fuerza que impide el crecimiento del turismo ya que no hay forma de promocionar estas actividades abiertamente debido a que su forma de forma ilegal, por ende el turista

no tiene un portafolio abierto de los productos turístico que oferta el municipio.

- La comunidad es también un impedimento para el crecimiento del turismo debido a que en ocasiones se ha visto reflejado el rechazo por el visitante, ya que se han tomado el municipio para contaminar los espacios naturales, hacer fiestas y ruidos no característicos de los habitantes, además de la ausencia de identidad y pertenecía por parte de las nuevas generaciones que impide el desarrollo de la cultura turística; sin embargo, el municipio tiene gran potencial para practicar el ecoturismo que no ha sido desarrollado elocuentemente debido a pérdida de interés de sectores de la comunidad, por tanto es importante implementar estrategias que incentiven a lo habitantes desde entornos de uso frecuente como el colegio.
- La oferta turística es muy sesgada a lo tradicional, sin embargo, el municipio tiene una capacidad potencial al ser un lugar verde, para promover el turismo ecológico y así dar respuesta a las tendencias del mercado.
- El municipio esta alineado con lo habitual lo que conlleva al atraso del crecimiento del sector turístico, ya que impide el desarrollo e implementación de medios tecnológicos para la promoción y comercialización de los productos; impidiendo el conocimiento del turista al portafolio del municipio, sin embargo las entidades promotoras del sector están abiertas a implementar medidas estratégicas que promuevan el turismo en el municipio.

- Las posibles soluciones expuestas en las mesas de trabajo se enfocan en la articulación de la cadena de valor como un factor importante partiendo de la sensibilización para la comunidad y la importancia de generar turismo en Subachoque como medio de crecimiento económico, creando vínculos entre el municipio y las entidades públicas como por el ejemplo el servicio social de los estudiantes del municipio se enfoque en actividades relacionadas al turismo, impartir cursos de historia patrimonial para que la información brindada al turista sea articulada, brindar apoyo por parte de la alcaldía en cuanto a la promoción y divulgación de los diferentes emprendimientos entre otras.

### 13. RECOMENDACIONES

De acuerdo con el diagnóstico realizado se concluye que el turismo en el municipio de Subachoque presenta gran déficit en la organización y ejecución de proyectos debido a la debilidad en la cultura de los habitantes, conocimiento por parte de los visitantes y poco interés gubernamental por la gestión en este sector, es por esto que se presentan las siguientes recomendaciones:

- Desarrollar un plan estratégico de turismo a largo plazo que establezca objetivos claros, estrategias de marketing y acciones específicas para el desarrollo turístico del municipio; para ello es importante definir con claridad la misión y la visión del municipio hacia el sector turístico, evaluando la situación actual y definiendo las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para posteriormente planear unos objetivos medibles, que se cumplan a través estrategias de promoción y distribución que es el mayor déficit del municipio, para finalmente ser monitoreados y evaluados, creando una ruta clara que permita el posicionamiento del municipio en el sector turístico
- Diversificación de la oferta en los servicios y productos para mejores oportunidades; para lo cual se debe realizar un estudio de mercado que permita conocer las preferencias de los visitantes y poder segmentar el tipo de viajero que se acerca al municipio, para poder ofrecer un producto que satisfagan sus necesidades.

- Realizar una gestión hacia el turismo rural y la sostenibilidad turística, teniendo en cuenta los intereses de los habitantes del Municipio; por tanto es importante la sensibilización de la comunidad a través de capacitaciones y información de los beneficios económicos de desarrollo y crecimiento que representa para el municipio
- Establecer la lista de servicios turísticos con los que cuenta el municipio, y procurando así la integración con la región.
- Controlar y gestionar recursos para la señalización turística del Municipio y garantizar que cada lugar en el que se preste un servicio turístico cuente con una información oportuna y orientadora para el visitante; para ello es fundamental crear un departamento encargado de la señalización turística del municipio.
- Establecer las reglas para tener un control oportuno del comportamiento de los turistas en el uso de los atractivos turísticos, divulgarlos y velar por su cumplimiento, por parte de los operadores internos y externos.
- Identificar a los operadores turísticos externos y gestionar alianzas para la cooperación que beneficie a todos los interesados y brindar un mejor servicio al turista.
- Recopilar la memoria histórica del municipio de Subachoque con la ayuda de los habitantes que conocen para obtener una versión verídica y única que se pueda ofrecer a los turistas.
- Establecer rutas de turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de bienestar, entre otros.
- Capacitación y formación de los prestadores de servicios turísticos.

- Promoción y diversificación de los servicios turísticos mediante uso de herramientas tecnológicas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía se Subachoque. (2020-2023). Plan de desarrollo municipal Subachoque. Alcaldía de Subachoque [https://instituto-de-deportes-cultura-y-turismo-de-subachoque.micolombiadigital.gov.co/sites/instituto-de-deportes-cultura-y-turismo-de-subachoque/content/files/000001/32\\_plan-de-desarrollo-municipal-20202023.pdf](https://instituto-de-deportes-cultura-y-turismo-de-subachoque.micolombiadigital.gov.co/sites/instituto-de-deportes-cultura-y-turismo-de-subachoque/content/files/000001/32_plan-de-desarrollo-municipal-20202023.pdf)
- Alvarez, H., Martinez, A., Maradiaga, A., & Miño, D. (2018). Identificación del Estilo de Liderazgo en una Empresa Peruana de la Industria Turística. *UPACU*, 41- 54. [http://mail.upagu.edu.pe/files\\_ojs/journals/27/articles/569/submission/review/569-133-2041-1-4-20180515.pdf](http://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/569/submission/review/569-133-2041-1-4-20180515.pdf)
- Arboleda, C., Arias, C., Perez, E., & Correa, P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista venezolana de gerencia*, 92-99. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641008/29062641008.pdf>
- Arevalo, D., & Garcia, S. (2022, julio 8). La gestión de departamentos y destinos turísticos de Colombia según el Índice de Competitividad Turística Regional (ICTRC). *Revista internacional del turismo empresa y territorio*, volumen 158 - 177. <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/13010/11887>
- Barrera, C., & Bahamontes, R. (2012). Turismo Sostenible: *Importancia en el cuidado del medio ambiente*. *Revista internacional de ambiente y turismo*, 8, 50-56. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64113629/218-762-1-PB-libre.pdf?1596740426=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTurismo\\_Sostenible\\_Importancia\\_en\\_el\\_cui.pdf&Expires=1679324857&Signature=OGWbGbgILU~qwOp0NSCFxEDWku5iKaCaCOrTvbDCNzFBqiaMos](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64113629/218-762-1-PB-libre.pdf?1596740426=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTurismo_Sostenible_Importancia_en_el_cui.pdf&Expires=1679324857&Signature=OGWbGbgILU~qwOp0NSCFxEDWku5iKaCaCOrTvbDCNzFBqiaMos)
- Benavides, F. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Redalyc*, 16. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113009/409661113009.pdf>
- Benavides, S. (2009). ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS Y CLUSTERS:UNA ESTRATEGIA PARA FORTALECER LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL TURISMO RURAL. *Revista geográfica de America central*, 113 - 130. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/309/8843>
- Cámara de comercio de Bogotá. (2023). *¿Qué son los Clusters y dónde están ubicados?* Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Iniciativas-de-Clusters/Que-son-los-Clusters-y-donde-estan-ubicados>
- CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas-¿Para qué se utilizan las encuestas? (2018). CIS. [https://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/paraqueseutilizan.html](https://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/paraqueseutilizan.html)
- Consuegra, D., Talaya, E., Diaz, E., & Molina, A. (2019). SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA: UN ANÁLISIS APLICADO A UN DESTINO DE TURISMO CULTURAL. *AECIT*, 38 - 46. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29539729/Segmentacion\\_de\\_la\\_demanda\\_turistica-libre.pdf?1390876753=&response-content](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29539729/Segmentacion_de_la_demanda_turistica-libre.pdf?1390876753=&response-content)

disposition=inline%3B+filename%3DSegmentacion\_de\_la\_demanda\_turistica\_un.pdf&Expires=1679316565&Signature=S8I-Z08YOZ2cJB79tLFgcXsERXo

Hamui, A., & Varela, M. (2012). La técnica de grupos focales. *Scielo*.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s2007-50572013000100009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2007-50572013000100009)

*Informe mensual de turismo*. (2022). Ministerio de industria y comercio.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2022/noviembre/oe-yv-turismo-noviembre-31-01-2023.pdf.aspx>

Instituto Distrital de Turismo. (2020). *Productos Turísticos*. Instituto Distrital de Turismo.

<https://www.idt.gov.co/es/productos-turisticos>

Kotler, P., Mandariaga, J., Flores, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing turístico* (5th ed.). [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw-libre.pdf?1566234801=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw-libre.pdf?1566234801=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_turistico_9_7_8_8_4_8_3_2_2_7.pdf&Expires=1679408527&Signature=Toaavvw9M4eBz)

[disposition=inline%3B+filename%3DMarketing\\_turistico\\_9\\_7\\_8\\_8\\_4\\_8\\_3\\_2\\_2\\_7.pdf&Expires=1679408527&Signature=Toaavvw9M4eBz](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw-libre.pdf?1566234801=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_turistico_9_7_8_8_4_8_3_2_2_7.pdf&Expires=1679408527&Signature=Toaavvw9M4eBz)

Lopez, A., & Guaño, R. (2021). Diseño de estrategias de gestión financiera para fortalecer el turismo en el cantón Salitre. *Creative commons*.

<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1946>

Massey, D. (2009). Concepts of space and power in theory and in political practice. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, (55), 15-26.

Mendoza, G., Turbay, M., Cerranza, H., & Chang, W. (2022, marzo 14). *Ciencia y tecnología*, 40 - 48. <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/538-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1667-1-10-20220331.pdf>

*Ministerio de comercio, industria y turismo* MINCIT. (2023). Abecé del proyecto de ley de modificación de la Ley General de Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/abece-proyecto-de-ley-turismo.aspx>

Municipio de Subachoque. (2001). Esquema de ordenamiento territorial municipio de subachoque. <https://repositoriocdim.esap.edu.co/bitstream/handle/123456789/18650/22517-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Municipio de Subachoque. (2020). Mapas y estadísticas de Cundinamarca.

<https://mapas.cundinamarca.gov.co/documents/municipio-de-subachoque/explore>

Muñoz, J., & Pincay, L. (2015). ANALISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURISTICO DEL VALLE DEL CAUCA. *UNIVERSIDAD ICESI*, 77.

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/84428/1/TG01849.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84428/1/TG01849.pdf)

Navarro, F., Covarrubias, R., Moreno, F., & Hernandez, P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Dialnet*, 77 - 90.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384407>

Observatorio Regional Ambiental y de Desarrollo Sostenible del Río Bogotá. (2023). ORARBO. <https://orarbo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=869a0499b5a580146bb54d6b8579c6ef>

Quero, L. (2008). Estrategias competitivas: factor de clave desarrollo. *NEGOTIUM*, 36- 49. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78241004.pdf>

Quintero, J., & Sanchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *TELOS*, 377 -389. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>

Rojas, P., & Sepulveda, S. (1999). *¿Qué es la competitividad?* <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CEg2gkQ421wC&oi=fnd&pg=PA3&dq=competitividad&ots=LNzrNBO9fZ&sig=SkosKLIYwAEsRA9jxdsavJ9VLC4#v=onepage&q=competitividad&f=false>

Ruiz, J. (1997). El turismo cultura: luces y sombras. *Estudios turisticos*, 43 - 54. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/43243949/citart-libre.pdf?1456853572=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DEl\\_turismo\\_cultural\\_luces\\_y\\_sombras.pdf&Expires=1679325137&Signature=aMwoGYQyJtDM8CYPT5tsPw4uN0hx-r2CkwR8ITZA0SnYBq7Y8fdgQkdovzThK](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/43243949/citart-libre.pdf?1456853572=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DEl_turismo_cultural_luces_y_sombras.pdf&Expires=1679325137&Signature=aMwoGYQyJtDM8CYPT5tsPw4uN0hx-r2CkwR8ITZA0SnYBq7Y8fdgQkdovzThK)

Sancho, A. (1994). Introducción al Turismo. *UASB*, 394. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1178/1/Sancho-turismo.pdf>

Serrano, A., & Cáceres, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Espacios*, 12. <https://w.revistaespacios.com/a19v40n13/19401312.html>

Valle, A. (2022). La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación. *PUPC*, 57. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/184559/GU%c3%8dA%20INVESTIGACI%c3%93N%20DESCRIPTIVA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vega, G., Avila, J., Malagon, A., Calderon, N., Santos, A., & Amador, G. (2014). Paradigmas en la investigacionenfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journa*, 523 - 528. <https://core.ac.uk/reader/236413540>

## ANEXOS

### MODELO DE ENCUESTA

# Encuesta de Caracterización de la Cadena de Valor del Turismo Municipio de Subachoque

Buen día, (tarde) Somos investigadores del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca Extensión Facatativá y estamos adelantando un estudio, con el fin de determinar las características de la Cadena de Valor que favorecen o impiden el desarrollo de la actividad turística en los municipios de Sabana Occidente del Departamento de Cundinamarca. Su participación es voluntaria y su identidad, así como las respuestas suministradas serán de carácter confidencial. Los datos se utilizarán únicamente para fines analíticos. En atención a lo anterior, la Universidad de Cundinamarca pide su autorización para recolectar sus datos personales con fines estrictamente relacionados con el presente estudio de conformidad con la Ley 1581 de 2012, así como para utilizar la información contenida en este formato con los propósitos antes descritos. Nuestra Política de Tratamiento de Datos Personales puede ser consultada a través de nuestra página web disponible aquí: [www.ucundinamarca.edu.co/index.php/proteccion-de-datos-personales](http://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/proteccion-de-datos-personales) y sus derechos como titular (acceso, rectificación y supresión) de datos personales, podrán ser ejercidos a través del correo electrónico [protecciondedatos@ucundinamarca.edu.co](mailto:protecciondedatos@ucundinamarca.edu.co)

\* Obligatorio

1. Nombres y Apellidos: \*

Escriba su respuesta

2. Actividad productiva o económica que desarrolla: \*

- Empresario - Comercio
- Empresario - Servicios turísticos
- Empleado
- Trabajador independiente
- Sector público
- Otros

3. Tipo de actor o eslabón en la cadena de valor del turismo - Empresa que representa: \*

- Prestador de servicios turísticos - Empresario
- Superestructura - Entidad pública o privada
- Infraestructura y/o servicios complementarios
- Proveedores de la industria turística
- Comunidad anfitriona

4. Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Superestructura o Gobernanza del turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

5. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la superestructura o Gobernanza facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio? \*

- Presencia, existencia y cantidad de actores
- La Gestión y los resultados logrados
- El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector
- La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector
- Elementos de calidad aplicados y presentes

6. Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Prestadores de Servicios Turísticos en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

7. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de los Prestadores de Servicios Turísticos facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio? \*

- Presencia, existencia y cantidad de actores
- La Gestión y los resultados logrados
- El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector
- La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector
- Elementos de calidad aplicados y presentes

8. Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Proveedores de la industria turística en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

9. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de los Proveedores facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio? \*

- Presencia, existencia y cantidad de actores
- La Gestión y los resultados logrados
- El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector
- La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector
- Elementos de calidad aplicados y presentes

10. Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Infraestructura y servicios complementarios para el turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

11. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la infraestructura y servicios complementarios para el turismo facilitan o impiden el desarrollo de este en el municipio? \*

- Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores
- La Gestión y los resultados logrados
- El relacionamiento y establecimiento productivo con los demás actores del sector
- La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector
- Elementos de calidad aplicados y presentes

12. Como considera que se encuentra actualmente el eslabón de Comunidad Anfitriona para el turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representen aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

13. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la Comunidad Anfitriona para el turismo facilitan o impiden el desarrollo de este en el municipio? \*

- Interés por el turismo en el municipio
- Recepatividad y adaptación por los turistas
- Calidad y atención para con los turistas

14. Como considera que se encuentra actualmente el eslabón de la demanda de los turistas que visitan el municipio? Brevemente indique si los turistas representan una oportunidad o una amenaza para el turismo en el municipio. \*

Escriba su respuesta

15. De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos relacionados con los turistas facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio? \*

- Presencia, existencia y cantidad de turistas
- El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
- Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación
- Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio

Finalizar

ID	Nombres y Apellidos:	Actividad productiva o económica que desarrolla:	Tipo de actor o eslabón en la cadena de valor del turismo - Empresa que representa:	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Superestructura o Gobernanza del turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la superestructura o Gobernanza facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio?	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Prestadores de Servicios Turísticos en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de los Prestadores de Servicios Turísticos facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio.	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Proveedores de la industria turística en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de los Proveedores facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio?	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Infraestructura y servicios complementarios para el turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la infraestructura y servicios complementarios para el turismo facilitan o impiden el desarrollo de este en el municipio?	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de Comunidad Anfitriona para el turismo en el municipio? Brevemente indique si los actores de este eslabón se encuentra bien o mal, o representan aspectos positivos o negativos para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos de la Comunidad Anfitriona para el turismo facilitan o impiden el desarrollo de este en el municipio?	Cómo considera que se encuentra actualmente el eslabón de la demanda de los Turistas que visitan el municipio? Brevemente indique si los turistas representan una oportunidad o una falencia para el turismo en el municipio.	De acuerdo con su respuesta anterior, cuál o cuáles de los siguientes aspectos relacionados con los turistas facilitan o impiden el desarrollo del turismo en el municipio?
1	Rosa Alvarez-restaurante mi sazón	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	Personalmente creo que están mal porque hay muy poco apoyo lo que hay es porque cada uno trabaja por eso	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Si hay muchos lugares bonitos y que están a servicio de los visitantes	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Yo creo que no están ni bien ni mal, pero si hay con los que se puede contar para un buen servicio	Elementos de calidad aplicados y presentes	Están bien porque hay muchos negocios que ayudan a qué no sea solo visita sino comida, recuerdos y más para una experiencia grata	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Hay muchas personas que tienen la experiencia y pueden brindar una buena experiencia	Calidez y atención para con los turistas	Dependiendo de las temporadas siempre hay visitas recurrentes de turistas que vienen a visitar nuestro municipio	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
2	Amalia Vargas	Empresario - Servicios turísticos	Infreestructura y/o servicios complementarios	en el municipio de subachoque hay poco apoyo por parte de los gobernantes para esos temas entonces es difícil para los empresarios avanzar	La Gestión y los resultados logrados	Aunque subachoque tiene lugares muy bonitos, las personas no invierten mucho dinero porque no les deja muchas ganancias	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Subachoque es un municipio que tiene varias conexiones y gracias a esto es buena la relación de proveedores	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Se encuentra bien porque hay varios negocios que ayudan a brindarle al turista una buena acogida	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	en el municipio de subachoque hay pocas personas que son estudiadas en relación a esas carreras pero si hay quienes tienen la experiencia	Calidez y atención para con los turistas	actualmente si haya turistas que visitan el municipio porque aunque no hay formalidad encuentran belleza en sus riquezas turísticas	Presencia, existencia y cantidad de turistas
3	Brayan correa- Cafe	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	No existe mucho apoyo de los políticos en temas de turismo y estos están deteriorados	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	hay lugares muy bonitos y personas interesadas en sacarle provecho a los recursos, y hacen lo que está en sus manos para crecer	Presencia, existencia y cantidad de actores	Subachoque además de tener la oportunidad de ofrecer lugares llamativos cuenta con espacios diferentes para realizar actividades que	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Positivo el municipio tiene muchos actores que ayudan a fortalecer las necesidades de un turista para que sea mejor su visita	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	positivo en el municipio hay muchas personas que saben y podrían recibir a un turista con una buena guía	Receptividad y aceptación por los turistas	al municipio lo visitan muchas personas interesadas en conocer y pasar ratos agradables en el porque tiene lugares y muchas cosas que hacer	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio

								ayudan a las conexiones y proveedores							
4	Camelia Rodriguez-restaurante	Empresario - Comercio	Infreestructura y/o servicios complementarios	e ve poca inversion de los gobernantes en el sector turistico	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	hay pocos en el municipio pero los que estan son servicios muy bueno y que podrian mejorar con ayudas	Presencia, existencia y cantidad de actores	Son pocos los proveedores de turismo en el municipio	Elementos de calidad aplicados y presentes	hay muchas personas con diferentes negocios que pueden apoyar los servicios a los turistas	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	se encuentra bien debido a que hay personas que saben bastante del tema y tienen la experiencia para hacerlo	Interés por el turismo en el municipio	hay epocas en los que hay mas gente que visita el municipio y pueden disfrutar de sus riquezas y servicios	Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación
5	Sebastian correa-accesorios y mas	Empresario - Comercio	Infreestructura y/o servicios complementarios	yo creo que es positivo porque hay proyectos en ejecucion	La Gestión y los resultados logrados	no hay muchos prestadores de turismo, pero hay potencial porque tenemos recursos y gente con la capacidad	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	negativo porque solo quienes poseen un poco de mejor poder son quienes logran establecer sus negocios	Elementos de calidad aplicados y presentes	las personas residentes se han encargado de hacer que estos lugares luzcan mucho mejor y acondicionarlos de la mejor manera	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	positivo hay muchas personas que ya han realizado trabajos asi y cuentas con la capacidad	Calidez y atención para con los turistas	intermedio porque depende de la temporada hay mas recurrencia de turistas	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
6	Cristian Sosa-Hotel	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Bien porque siempre se ve apoyo a los que van a solicitar y poco a poco se ve reflejado en la comunidad	La Gestión y los resultados logrados	Bien gracias a que se cuenta con personas muy bien organizadas para ofrecer diferentes servicios	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien gracias a que se cuenta con demas actividades por realizar puede tener buenas conexiones con proveedores	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Positivo porque hay muchos establecimientos con diferentes servicios y productos que se pueden complementar entre si para mejor experiencia	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Positivo en subchoque hay riquezas naturales y de personas con capacidades e interes en el sector turístico que son adecuadas para este servicio	Interés por el turismo en el municipio	Si la representan porque gracias a lo llamativo que son los lugares y establecimientos que tenemos y hay varias entradas que fortalecen la economía	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
7	Elsy Usaquen - Restaurant almuerzos	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	Positivos porque se ve reflejado en el interes por el crecimiento de las actividades del municipio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	positivos los lugares bonitos y demas actividades que se les brindan a los turistas	La Gestión y los resultados logrados	Positivos porque existen diferentes actividades economicas que ayudan a fortalecer otros sectores	La Gestión y los resultados logrados	ien existen muchos lugares y servicios de muy buena calidad para los turistas y diferentes para mejor comodidad	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Positiva porque hay lugares que estan establecidos explicitamente para los servicios a turistas	Receptividad y aceptación por los turistas	Oportunidad porque visitan muchas personas y se ve que disfrutan de los lugares acogedores del municipio	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
8	Agustin Volveras - restaurante	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	Negativo puesto que lo que existe en el municipio es gracias a la labor de cada cada empresario	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien porque hay varios que se ofrecen a los turistas para pasar una mejor experiencia	Presencia, existencia y cantidad de actores	Positivos porque gracias a la gestion de los que existen hay buenas conexiones	Presencia, existencia y cantidad de actores	Positivo porque es lo que mejor tiene el municipio hay muchos locales y establecimientos que fortalecen la experiencia del servicio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Creo que es un nivel intermedio porque hay gente que ya ofrece estos servicios no sabria decir si son los mejores	Interés por el turismo en el municipio	Oportunidad porque a subchoque los visitan muchas personas que consumen y pueden fortalecer la economía	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio

9	Santiago Brnal- Restaurante	Empleado	Infraestructura y/o servicios complementarios	Bien se ve el apoyo en los que estan interesados en presentar ideas para su crecimiento	La Gestión y los resultados logrados	Yo considero que bien aunque le falta como un poco mas de interes de los dueños a la hora de fortalecer infraestructura	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Yo diria que bien aunque como dije anteriormente seria bueno prestar mas atencion para mejorar falencias	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Positivo porque existen varios negocios para atender bien a los turistas	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Yo creo que a este si le hace falta un fortalecimiento porque si hay quienes saben y podrian hacer un buen trabajo pero la educacion adicional no esta de mas	Interés por el turismo en el municipio	Yo creo que representa una oportunidad porque asi la gente vienen a apreciar los recursos del pueblo tambien ayudan a la economica de sus habitantes	Presencia, existencia y cantidad de turistas
10	Mariana Castro-Cafe y bar	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Mal este es un eslabon que no tiene muchos resultados positivos porque no hay mucha inversion	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Considero que aunque hay varios que pueden brindar un buen servicio aun faltan lugares y establecimientos con mas servicios	La Gestión y los resultados logrados	Condero que se encuentran un poco debiles porque no hya mucha influencia	Elementos de calidad aplicados y presentes	En este aspecto si hay positivismo porque los servicios complementarios es lo que hay bastantes mostrando las delicias y lo acogedora que es la visita	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Este eslabon se encuentra debil porque hay varios ancestros que aun prestan servicios y dicen que la experiencia es lo mejor pero considero personamente que podria ser mejor	Receptividad y aceptación por los turistas	Definitivamente el sector turístico y los turista representan una oportunidad gracias a las ganancias generadas para todos	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
11	Amanda Franco- restaurante	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Bien he observado programas que se llevan a cabo en el municipio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien hay varios ya establecidos que prestan esos servicios	La Gestión y los resultados logrados	Bien existen de acuerdo a las necesidades de los sitios	Elementos de calidad aplicados y presentes	Bien hay muchos servidores que venden y ofrecen buenos servicios	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Regular porque no tengo claro si existe algún nivel educativo	Interés por el turismo en el municipio	Es una oportunidad como en todo lado porque ayuda al crecimiento	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
12	Amanda Forero - restaurante	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Creo que se encuentra bien porque hay gestion y se ve reflejada en lo diferebtes sitios beneficiados	La Gestión y los resultados logrados	Considero que se encuentra bien ya que como es un municipio con una buena capacidad para recibir turistas	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	considero que esta un poco debil desde donde tengo conocimiento	Elementos de calidad aplicados y presentes	considero que se encuentran bien porque	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Contamos con una comunidad que tiene una excelente experiencia que ayuda a dar un mejor servicio	Calidez y atención para con los turistas	Considero que se encuentra bien en el año es un buen numero de personas que vienen a visitar	Presencia, existencia y cantidad de turistas
13	Erika Carvajal - restaurante	Empleado	Infraestructura y/o servicios complementarios	Mal porque no se ve el acompañamiento por parte de los gobernantes	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Considero que estan un poco debiles para un municipio con tanta riqueza tursitica como este	La Gestión y los resultados logrados	Considero que este si se encuentra mal debido a la poca influencia en el sector	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Este si considero que se encuentra bien aunque podria mejorarse	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	La comunidad anfitriona si podria rescatarse gracias a que hay sitios con una buena atencion y personas muy interesadas en conocer mejores	Interés por el turismo en el municipio	Claramente la visita de turista en los municipios o cualquier lugar y subchoque no es la excepcion se considera como una oportunidad economica y social	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio

												oportunidades para el turismo				
14	Carmen Suarez-hotel mirador	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Considero que mal porque no hay un acompañamiento debido a los proyectos y la comunidad debe trabajar de manera independiente	Presencia, existencia y cantidad de actores	Considero que el trabajo que realizan los dueños de sitios turísticos aca en subchoque es bueno porque tienen una buen portafolio para sus visitantes	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	yo podria concluir que se encuentran bien porque se ve la relacion de los comerciantes y estos proveedores a menudo	Elementos de calidad aplicados y presentes	La infraestructura se encuentra bien y los servicios nosotros tenemos una calidez y buena recepcion para brindar un servicio completo	La Gestión y los resultados logrados	La comunidad anfitriona aunque poca hace un esfuerzo notorio para mejorar y eso se ve reflejado en la satisfaccion del cliente	Calidez y atención para con los turistas	Definitivamente una oportunidad porque gracias a los turistas nosotros que estamos para prestarles servicio a ellos tenemos clientes	Presencia, existencia y cantidad de turistas	
15	Freddy Gonzalez - restaurante	Empleado	Infrestructura y/o servicios complementarios	Pues desde mi punto de vista creo que esta debil porque no hay mucha intervencion en la comunidad por parte de estos actores	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien pues es un municipio que dia con dia crece y fortalece diferentes actividades para servicio y atencion a los clientes	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	creo que esta bien cada con¿mercviante ayuda a que se vayan creando lasos nuevos y mejora las relaciones	Presencia, existencia y cantidad de actores	considero que como lo dije antes bien porque dia a dia estan saliendo nuevos negocios y mas servicios	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	este definitivamente muy bien la gente aqui es muy acogedora y sabe como atender al turista	Receptividad y aceptación por los turistas	Para el municipio y nosotros es mejor la fluencia de turistas con eso tenemos mas clientes a quienes dar a conocer nuestras bellezas y vender servicios y productos	Presencia, existencia y cantidad de turistas	
16	Beatriz Lozano Solano	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Inicialmente, nos generaron muchas expectativas que no se cumplieron, quedando todos en el limbo	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Los actores tienen mucha ilusión y ganas de trabajar.	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Los actores se encuentran trabajando en cada uno de sus eslabones, mejorando las propuestas	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Son incipientes, se ha trabajado mucho en ellos y luego se pierde el entusiasmo	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	La comunidad anfitriona se encuentra muy receptiva, tratando de quitar lo negativo, par hacer un buen emprendimiento	Receptividad y aceptación por los turistas	No conocemos la demanda y si representan una oportunidad para el turismo	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio	
17	María Elena Pulido González	Trabajador Independiente	Comunidad anfitriona	Se tiene algunos recursos pero falta asesoría e inversión	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Yo diría que regular, hay aspectos por mejorar y varias cosas por implementar	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Regular	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Muy regular	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Regular	Receptividad y aceptación por los turistas	Regular, falta conciencia ambiental, tolerancia, información	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio	
18	Constanza villamizar	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Esta muy regular	La Gestión y los resultados logrados	No hay encadenamiento organizado	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	No están normativos y ni se sabe quienes son	Presencia, existencia y cantidad de actores	No hay infraestructure para el turismo	Elementos de calidad aplicados y presentes	No hay una comunidad constituida	Receptividad y aceptación por los turistas	Ni hay visibilidad de los recursos turísticos	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio	

19	Sandra Reyes - Guía de Turismo	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Existen muchas falencias en la entidad pública principal que trabaja para el turismo en el municipio.	La Gestión y los resultados logrados	Existen prestadores que cumplen con elementos de calidad pero algunos otros presentan falencias y mal servicio.	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Existen altos costos de insumos y materias primas que no permiten elementos positivos en los proveedores.	Elementos de calidad aplicados y presentes	Hay problemas por malas vías de acceso al municipio y el comercio no se involucra en el turismo.	La Gestión y los resultados logrados	La comunidad presenta alguna apatía y poca receptividad con los turistas.	Receptividad y aceptación por los turistas	Representan una oportunidad de desarrollo y crecimiento para el municipio.	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
20	Maria paula barrera - centro de informacion turística	Empresario - Servicios turísticos	Comunidad anfitriona	Se han hecho esfuerzos pero falta mucho por avanzar en cuanto la normativa general se encuentran muchos impedimentos	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Debil, por el desconocimiento ya que lo hacen de forma informal y individual	Presencia, existencia y cantidad de actores	Debil, debido a que estamos flojos en alojamientos y transporte intermunicipal	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien, por acceso facil a estos	Elementos de calidad aplicados y presentes	Bien, las personas son amables por los turistas	Receptividad y aceptación por los turistas	Bueno, para la zona de los aledaños y ademas bien por murmulos de buenas experiencias	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
21	Santiago Guevara-panaderia Rico pan	Empleado	Infraestructura y/o servicios complementarios	Considero que están mal, puesto que no hay mucho avance en el sector turístico	La Gestión y los resultados logrados	Si tenemos bastante lugares bonitos que ayudan y pueden prestar un excelente servicio mostrando lo bonito de Subachoque	Elementos de calidad aplicados y presentes	Yo creo que Subachoque es un municipio de muchas oportunidades que hacen que se logre una buena conexión	La Gestión y los resultados logrados	Yo creo que servicios complementarios hay bastante y están bien	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Considero que la que hay es suficiente para un servicio turístico	Interés por el turismo en el municipio	Subachoque es un lugar muy visitado por muchas personas que vienen a buscar distracción y conocer	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
22	Deasy Mosquera - panaderia la esquina	Empleado	Infraestructura y/o servicios complementarios	No creo que esté bien porque no hay apoyo a las personas que ejercen este servicio no se ven resultados	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Yo creo que está débil porque son pocos los interesados en prestar el servicio y se dedican a otras labores	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Ahora creo que está bien porque gracias a qué hay varios negocios vienen diferentes proveedores y llegan al municipio	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Yo creo que hay suficiente apoyo de diferentes negocios que pueden servir para brindar a los turistas y cubrir sus necesidades	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	En Subachoque hay personas muy interesadas y que saben del tema para guiar a un turista por nuestro hermoso municipio	Calidez y atención para con los turistas	La visita de turistas es constante y ayuda a el crecimiento	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio
23	Aldo González - Cafe y más	Empresario - Comercio	Infraestructura y/o servicios complementarios	Creo que está bien	Presencia, existencia y cantidad de actores	Yo creo que estamos bien en crecimiento	Presencia, existencia y cantidad de actores	Siempre hay diferentes proveedores en el municipio suministrando a los negocios lo que necesitan	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Si servicios complementarios hay bastantes y cada día hay ideas de nuevos negocios	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Hay dueños de lugares muy bonitos y que ofrecen buenos servicios yo considero que estamos bien	Interés por el turismo en el municipio	Definitivamente bien pues en Subachoque siempre hay diferentes visitantes	Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación
24	Fredy Hernández - café el mejor aroma	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Realmente se encuentra muy débil pues no se ve aportes a este sector	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Creo que hay suficiente para ofrecer servicios y algunas personas aunque pocas se dedican a trabajar esta riqueza	Presencia, existencia y cantidad de actores	Yo considero que está bien de acuerdo a las necesidades	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Este eslabón se encuentra bien	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	No tendría una negativa o positiva respuesta pero se hay quienes ejercen una buena labor	Interés por el turismo en el municipio	Este aspecto si puedo decir que se encuentra bien. Y se podría aprovechar la cantidad de visitantes	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio

25	Marta Celis - asadero brasas	Otros	Infreestructura y/o servicios complementarios	Mal porque no hay apoyo al municipio	Elementos de calidad aplicados y presentes	Creo que se encuentra mal porque Subachoque es un municipio que puede ofrecer grandes oportunidades que no se aprovechan	Presencia, existencia y cantidad de actores	De manera personal creo que está bien tienes vías de acceso que permiten que haya conexiones	Presencia, existencia y cantidad de actores	Servicios complementarios hay bastantes y están bien aportando al municipio y a quienes necesitan	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien considero que está bien	Receptividad y aceptación por los turistas	Hay eran demanda de visitantes al municipio	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
26	Eugenia Ortiz - parqueadero el rincón	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	Bien	Elementos de calidad aplicados y presentes	Bien pero debería fortalecerse	La Gestión y los resultados logrados	Es de poca influencia realmente	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien es un municipio muy comercial	La Gestión y los resultados logrados	Mal porque son muy pocos y no hay gran movimiento	Interés por el turismo en el municipio	Bien siempre los fines de semana y fecha vacacionales hay bastante movimiento	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
27	Ana María duque- recordatorios y tejidos	Empresario - Comercio	Infreestructura y/o servicios complementarios	Bien considero que se encuentra bien apoyando la gestión de los prestadores de servicios turísticos	La Gestión y los resultados logrados	Bien hay varias personas que prestan servicios y tienen actividades que fomentan el interés del turista	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien socho qué es un municipio que se encuentra en una buena ubicación por lo cual es importante y tiene varias vías de acceso que pueden ayudar a la proveer varios insumos y lo necesario para los servicios turísticos	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien aunque son algunos muy pequeños siento que pueden ayudar y fortalecer un servicio turístico completo	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Ocho que tiene personas que están interesadas y tienen habilidades buenas que aportan al crecimiento y pueden guiar de la mejor manera un turista	Receptividad y aceptación por los turistas	Bien es un municipio con buena ubicación por lo cual tiene la oportunidad de acoger a varios turistas de muchos de los todos sus alrededores	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
28	María Camila Sánchez- la granjita restaurante	Empresario - Comercio	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Mal porque cada persona tiene que crecer por su mérito y ellos solo crean obstrucción para el crecimiento turístico	La Gestión y los resultados logrados	Bien siempre estamos buscando maneras de mantenernos y mejorar día a día	Presencia, existencia y cantidad de actores	Bien generalmente funciona gracias a la facilidad de acceso a subachoque	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien son muchos los servicios para los turistas que mueven el comercio en subachoque	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien son las personas dueñas de lugares maravillosos y que gestionan el turismo con experiencia y formación	Interés por el turismo en el municipio	Bien siempre es constante la visita de los turistas	Presencia, existencia y cantidad de turistas
29	Laura Franco- comidas rápidas dónde Laura	Trabajador Independiente	Infreestructura y/o servicios complementarios	No se ve buena gestión por parte del ente gubernamental porque siempre se demoran los proyectos y los dejan a medias	La Gestión y los resultados logrados	Este eslabón creo que tiene potencial siempre hay quienes se interesan y buscan la manera	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Los proveedores siempre llegan a los comerciantes pero las vías se están deteriorando	Presencia, existencia y cantidad de actores	En temas de infraestructura creo que aún existen falencias	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	La comunidad anfitriona no se reconoce y no se identifica	Interés por el turismo en el municipio	Mal son pocos los turista porque no hay muchas actividades	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio

						de lograr resultados												
30	Daniela Rodríguez-Dulcería Más dulces	Empresario - Comercio	Infraestructura y/o servicios complementarios	Creo que bien ellos actúan de acuerdo a lo que pueden	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Mal porque son pocos quienes verdaderamente se interesan	Presencia, existencia y cantidad de actores	Bien porque siempre hay necesidad y hay quienes cumplan la función de cubrir las	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Es un eslabon que tiene mucha fuerza y que con el tiempo va aumentando y ayudando a complementar	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	No tengo una respuesta oportuna respecto a este porque son pocos quienes trabajan con el turismo y no se ve mucho movimiento	Interés por el turismo en el municipio	Es un poco normal mi muchos ni pocos	Presencia, existencia y cantidad de turistas			
31	Mónica cuervo-caminatas	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Definitivamente mal no hay apoyo y presencia con nosotros prestadores de servicios turísticos	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Pues realmente antes que mal bien cada prestador del servicio turístico hace su gestión y trabaja como puede de acuerdo a su propio esfuerzo	La Gestión y los resultados logrados	Yo considero que se encuentra bien de acuerdo a la solicitud de los prestadores de servicios	Presencia, existencia y cantidad de actores	En servicio complementarios si creo que bien siempre existen más actividades y productos que ayudan a ofrecer algo mejor al turista	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Bueno aunque la gente trabaje de manera independiente considero que hay suficiente comunidad anfitriona que ofrece excelente servicio	Calidez y atención para con los turistas	Actualmente la demanda se encuentra un poco débil porque muchos desconocen el servicio turístico que tenemos en subachoque	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
32	Carlos Quintero-panadería rica Ojaldra	Empleado	Infraestructura y/o servicios complementarios	Bien el alcalde y demás funcionarios sacan proyectos para apoyar a los prestadores de servicios turísticos que quieren hacer parte del crecimiento	La Gestión y los resultados logrados	Bien siempre hay más participantes e interesados en conocer este servicio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien considero que si hay movimiento y presencia	Presencia, existencia y cantidad de actores	Los servicios complementarios son los que más hay	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Comunidad anfitriona bien son personas estudiadas y que conocen además de crear buenas ideas	Receptividad y aceptación por los turistas	Bien subachoque es un punto de reunión para muchos deportistas y visitantes	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
33	Edison Granada-bar Luna	Trabajador Independiente	Infraestructura y/o servicios complementarios	Mal son los que menos hacen presencia	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien personas muy interesadas y que trabajan por crecer	La Gestión y los resultados logrados	Positivos porque ayudan a traer lo necesario para el trabajo de los servidores	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Positivo contribuyen a prestar un mejor servicio	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Positivo son los representantes y quiénes dan a conocer el turismo de subachoque	Calidez y atención para con los turistas	Es más positivo que negativo porque siempre hay más gente nueva que vista	Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación			
34	Arnulfo Correa-Caminatas y estadia	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Realmente desde mi perspectiva no hay un apoyo suficiente ni aportes para el crecimiento y mejora del turismo	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	en cuanto a prestadores de servicios turísticoa es mas positivo pues existen varios emprendimientos y ayudan a fomentar el interes turistico	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	podria considerarse que bien pero teniendo en cuenta mas factores externos como vias e infraestructura no es de mucho apoyo pues hay	Elementos de calidad aplicados y presentes	los servicios complementarios para los prestadores de servicios turísticos y estos mismo estan bien ademas son positivos para un trabajo en equipo y mas completo	La Gestión y los resultados logrados	la comunidad anfitriona tiene fortalezas porque son quienes mas impulsan este sector y en subachoque existen de manera positiva personas interesadas	Interés por el turismo en el municipio	considero que se encuentra bien y que esto ayuda a mejorar de manera constante los servicios turísticos y aprovechar el beneficio	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			

									debilidad en ese aspecto									
35	Santiago Valencia- restaurante desayunos la arepita	Empleado	Infreestructura y/o servicios complementarios	Bien considero que siempre hay gestion de su parte para la comunidad	Presencia, existencia y cantidad de actores	considero que es un poco debil y es negativo porque son muy poco para el gran potencial que tiene el municipio	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	los proveedores en subachoque representan aspectos positivos porque ayudan a cubrir necesidades	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	los servicios complementarios ciertamente son aspectos positivos y subachoque ha crecido desde hace años dando la oportunidad a muchos nuevos emprendimientos	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	la comunidad anfitriona en subachoque no se hace notar demasiado pero se que hay quienes tienen la persistencia y el poder de hacer un buen trabajo	Receptividad y aceptación por los turistas	positivo puesto siempre hay mas promocion de los beneficios del municipio y esto llama la atencion de mas turistas	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
36	Tania Rojas	Trabajador Independiente	Comunidad anfitriona	No hay plan para la regulación turística a nivel local, ni un interés claro por parte de la alcaldía para promover el turismo	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	No se encuentran articulados, empoderados ni capacitados	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Muchos no se reconocen como proveedores, ni se encuentran capacitados	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	No hay carreteras, señalización o adaptaciones propias para el turista	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	No se autoreconocen como comunidad anfitriona, hay desconfianza hacia el turista	Calidez y atención para con los turistas	Hay muchas personas que vienen pero no reconocen los puntos turísticos	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
37	Alejandra Cortes- coordinadora de turismo	Sector público	Superestructura - Entidad pública o privada	Mas o menos, ya que siente que es por cumplir	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Mal, miedo a la formalizacion y la regulacion	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Regular, dispersos en la funcion	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Mal, se impide el tema porque el municipio no tiene autorizado el desarrollo de infraestructuras como hoteles	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Mas o menos, por el rechazo de la comunidad	Receptividad y aceptación por los turistas	Bien, sobre todo el biciturismo	Conciencia sobre aspectos de sostenibilidad y conservación			
38	Alveiro Camacho - coordinador logístico	Sector público	Superestructura - Entidad pública o privada	Es positivo hay apoyo pues están actores establecidos para realizar las diferentes generaciones	Presencia, existencia y cantidad de actores	Es positivo ayudan al desarrollo del turismo	La Gestión y los resultados logrados	Positivo porque hay ayuda para el municipio en el desarrollo del turismo ya hay proveedores caracterizados	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	No está totalmente reglamentado y por ende es un servicio regular hace falta	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien aunque falta capacitación para mejorar el servicio al turista	Calidez y atención para con los turistas	Es positivo aunque existe desorden y la atención al turista aún es débil	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
39	Sandra castelblanco - el sazón del cerdo	Trabajador Independiente	Infreestructura y/o servicios complementarios	Mal, no se siente el apoyo de la alcaldía	La Gestión y los resultados logrados	Bien, ayudan al restaurante atrayendo el turista	La Gestión y los resultados logrados	Bueno, se encuentra lo que buscamos en el municipio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Malo en cuanto a alojamiento	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	Bien, las personas reciben bien al turista	Interés por el turismo en el municipio	Buena, hay bastante biciturismo	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio			
40	Alfonso Herrera Jimenez	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	No	La Gestión y los resultados logrados	Con ganas de trabajar por el turismo pero es necesario trabajar por esta Comunidad	La Gestión y los resultados logrados	No conozco suficientemente	Presencia, existencia y cantidad de actores	Tiene infraestructura que puede aprovecharse	La Gestión y los resultados logrados	Hay amabilidad y acogimiento	Interés por el turismo en el municipio	Poco conocida la oferta	Percepción favorable o desfavorable del turismo en el municipio			

41	Jose Jacinto Mora Gaona	Trabajador Independiente	Infraestructura y/o servicios complementarios	Considero que no permite que los proyectos se lleven a cabo efectivamente	La Gestión y los resultados logrados	Considero esta avanzando lentamente	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	No hay suficientes proveedores para los servicios	Presencia, existencia y cantidad de actores	Baja y vías no se encuentran óptimas condiciones	Presencia, existencia y cantidad de infraestructura, servicios y actores	No soy muy cordiales	Receptividad y aceptación por los turistas	Bajo	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
42	Jorge sarmiento	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Positivos	Presencia, existencia y cantidad de actores	Positivos y creciendo	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Cada vez mejor	Elementos de calidad aplicados y presentes	Mejorando	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Bien	Receptividad y aceptación por los turistas	Oportunidad	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
43	Luz Yolanda Morales Ramos	Trabajador Independiente	Comunidad anfitriona	Vamos por buen camino, tenemos talentos diferentes y definidos, falta perspectiva para expandir nuestro saber y hacer q más personas nos conozcan	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Considero que el solo hecho d emprender es positivo para la comunidad y para los q vengan a visitarnos a nuestro municipio	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Creo q empieza a encaminarse al tema	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Bien	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	Sí hay aspectos positivos los cuales hay q mejorar	Receptividad y aceptación por los turistas	Oportunidad	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
44	Pilar Barbosa	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	Es muy mala ya que no se piensa en beneficio de la comunidad sino en el bien particular.	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	Están trabajando con las uñas porque no cuentan con las herramientas	La Gestión y los resultados logrados	No son muy visibles no hay difusión de las actividades	La Gestión y los resultados logrados	Cómo no son muy conocidos es difícil identificarlos	La conducta y comportamiento de poder e influencia para el sector	No les interesa el turismo porque parece que no son consientes del valor que tiene el municipio	Interés por el turismo en el municipio	Es alto pero debe ser decepcionante como turista no tener referencias o información actual de lo que se puede hacer en el municipio	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio
45	Omar Barrera Castellanos	Empresario - Servicios turísticos	Prestador de servicios turísticos - Empresario	la superestructura esta condicionada al EOT, el cual se encuentra desactualizado, esta circunstancia amerita especial cuidado, pues sin esta regulación dificilmente se puede desarrollar actividades turísticas, los funcionarios que manejan los temas de turismo no tienen	La Gestión y los resultados logrados	los prestadores de servicios turísticos están desorganizados, algunos cuentan con RNT, otros no desean formalizarse y otros no los han formalizado por temas del EOT, los no formalizados requieren apoyo permanente.	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	los proveedores de la industria turística no consideran importante el desarrollo del sector, son buenos proveedores pero no ven la importancia que tienen en el desarrollo turístico local, apenas algunos están	El relacionamiento y encadenamiento productivo con los demás actores del sector	respecto a la infraestructura, el municipio cuenta con buenos servicios, sin embargo no hay apoyo a los empresarios respecto al desarrollo de infraestructura y tampoco a los atractivos existentes.	La Gestión y los resultados logrados	la comunidad en general no ha visto la importancia del sector, por lo tanto representa un aspecto negativo para el sector, vale la pena tener en cuenta que la administración municipal no se preocupado por generar	Interés por el turismo en el municipio	la demanda de turistas se ha incrementado conforme a los registros y visibilización a través del centro de información turística, se puede evidenciar esta frecuencia y el incremento especialmente los fines de semana, es una	El conocimiento de las actividades y sitios turísticos del municipio

				<p>conocimiento del sector y desafortunadamente los presupuestos asignados son paupérrimos, no se especializa ni profundiza en ese tema por parte del gobierno central, aun existiendo fuentes de financiación y asesoría por parte del gobierno central.</p>				<p>consolidando una oferta con buenos productos.</p>				<p>procesos de sensibilización y crecimiento turístico para la comunidad.</p>		<p>gran oportunidad para favorecer el sector y generar ingresos y nuevas oportunidades de empleo.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	---	--	---	--	--	--

## MESAS DE TRABAJO DIAGNÓSTICO



### Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

Sibachoguiz.  
TUNIO 101

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
La Superestructura o Gobernanza - Entidades públicas y privadas del sector turismo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Cantidad y pertinencia de capacitaciones promovidas en temas de turismo.</li> <li>2.- Sistemas de información o promoción del destino (actividades y atractivos turísticos).</li> <li>3.- Manejo de estadísticas e información relevante sobre la demanda del mercado (gasto promedio, tendencias, nivel de calificación del destino y productos o actividades más demandadas, entre otros).</li> <li>4.- Manejo y aplicación de la normatividad vigente en materia turística.</li> <li>5.- Tipos de programas o proyectos de acompañamiento para el desarrollo, consolidación y formalización turística.</li> <li>6.- Apoyo a procesos de innovación empresarial y sus impactos en la diversificación de la oferta de servicios y productos turísticos.</li> <li>7.- Manejo de la imagen o posicionamiento del destino a nivel departamental y nacional.</li> <li>8.- Identificación de los rasgos distintivos de la oferta turística del municipio.</li> <li>9.- Manejo de canales, herramientas y medios de publicidad, comunicación oficial de la oferta y carácter distintivo del municipio.</li> <li>10.- Desarrollo de las estrategias de promoción del municipio en materia turística.</li> <li>11.- Cooperación a los esfuerzos promocionales privados en materia turística.</li> <li>12.- Consolidación, accesibilidad y uniformidad de la información promocional del municipio en materia turística.</li> <li>13.- Proyectos y estrategias encaminadas al desarrollo y consolidación de la actividad turística del municipio.</li> <li>14.- Atención y apoyo de prioridades con respecto a: Formalización, capacitación, fortalecimiento y acompañamiento a prestadores de servicios turísticos.</li> <li>15.- Participación de la actividad turística en el Plan de Desarrollo Territorial.</li> </ol>		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
Articulación Municipio - CAR (Cetras 2009)	La normatividad solo se usa para restringir las actividades turísticas. Esta es obsoleta.	Falta de interés por el turismo en el municipio	Agremiación o asociatividad. Conocer otras experiencias de casos exitosos de gestión como agremiación.
Existen apoyos sergador o direccionados a un grupo selecto de personas y empresas locales.	Los programas, promoción de destinos y demás no tiene impacto. No se beneficia las personas.	Desconfianza hacia las instituciones municipales.	Cambio de la filosofía y prácticas gubernamentales de instituciones y administradores locales
Mala Administración pública	No se genera gestión por parte del municipio.	Imagen negativa y rechazo o falta de interés hacia propuestas e iniciativas públicas	



UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA  
Generación Siglo 21

## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

Subachoque  
Junio 10

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
Oferta Turística - Operación turística directa - Prestadores de servicios turísticos	1.- Cantidad de prestadores de servicios para atender la demanda del mercado. 2.- Calidad de los servicios (¿responden de forma eficiente a la demanda del mercado?). 3.- Nivel de formación / capacitación del personal para atender de forma optima al visitante. 4.- Nivel de formalidad de los prestadores de servicios turísticos. 5.- Grado de desarrollo estratégico / empresarial (PST con estrategias y planes de gestión definidos, implementación tecnológica, procesos comerciales eficientes y actualizados con las tendencias de mercado) 6.- Principales atractivos turísticos del municipio (¿cómo nos encontramos?). 7.- Tipos de actividades turísticas que se promueven en el destino. 8.- Nivel de desarrollo de los productos turísticos (consolidado, en proceso, sin definir). 9.- Conocimiento y aplicación de protocolos de servicio y calidad del servicio al cliente. 10.- Nivel de capacitación en segunda lengua para atender las condiciones de demanda del mercado.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
Existe desconfianza hacia revelar que se trabaja como operador	No existe caracterización de los operadores turísticos!	Falta de articulación de los prestadores turísticos	Realizar la caracterización por parte de los mismos operadores para determinar servicios existentes
No existe un conocimiento formal o reglamentación	Falta de reconocimiento de los operadores en el mercado.	Se ofrece oportunidad de crecimiento turístico en el municipio	La caracterización permitiría que el municipio ayude en la formalización.
	Falta de conocimiento de algunos operadores por parte de visitantes / Falta de visitantes	No existe proyección por parte de jóvenes en el turismo	Realizar proceso de sensibilización.
Falta de conocimiento sobre aspectos socio-históricos sobre el municipio. No hay incentivos económicos. Falta sensibilización y capacitación.	No existe interés en capacitarse sobre turismo.	Se presta el servicio de forma intuitiva	Proyectar ventajas económicas.
	Falta de formalización	Muy bajo nivel de calidad en el servicio.	

Falta de interés por parte en el pasado se han prohibido proyectos de	No existe muchos sitios turísticos. A su vez, no hay sentido de pertenencia.	No se ve enriquecida la experiencia turística.	Articular procesos educativos en el municipio que proyecten sentido de pertenencia.
Turismo.	La riqueza cultural, patrimonial e histórica no está reconocida ni documentada debidamente.		



## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

Subchoque  
Junio 24

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
Demanda turística - Turistas o usuarios del turismo	1.- Tipo de visitantes que frecuentan el municipio (nacionales, extranjeros, tener en cuenta sus características, gustos y preferencias). 2.- Servicios y/o actividades turísticas que requiere, demanda o realiza el turista en el municipio. 3.- Grado de satisfacción frente a la oferta del lugar y la calidad del servicio (¿cómo nos perciben o ven los turistas?). 4.- Nivel de reconocimiento turístico del municipio en el mercado o clientes. 5.- Cantidad de visitantes o turistas que visitan el destino. 6. Nivel de conciencia y aplicación por parte de los visitantes respecto al cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad turística.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
• El turista cree que puede llegar al destino sin respetar el lugar y hacer lo que quiere sin mayor control y conciencia	falta de organización y ordenamiento de las actividades turísticas (Biciclerismo). (caboalgatis) (motos). falta de conciencia sobre la sostenibilidad y el cuidado de los lugares	Daño a los lugares turísticos por mal uso del mismo. Contaminación generada en los lugares turísticos y el municipio	sensibilizar e incluir aspectos de sostenibilidad en la información turística y la señalización existente. Estrategias de promoción como municipio verde y sostenible



## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio Subachoque

JUNIO

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
La Infraestructura - Servicios complementarios y de apoyo	1.- Grado de desarrollo de la infraestructura turística del municipio (Terminales terrestres, Muelles, Senderos, Señalización) y demás condiciones de accesibilidad que aporten al desarrollo de la experiencia turística del visitante. 2.- Presencia y aporte de los servicios complementarios como comercio, salud, educación relacionada, seguridad, transporte público, entre otros. 3.- Grado de desarrollo de los elementos, dotaciones o servicios complementarios necesarios para el funcionamiento del destino en materia turística (vías de acceso, medios de transporte, comunicación, servicios de salud, cajeros bancarios y demás servicios públicos básicos).		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de gestión de la circulación</li> <li>no hay políticas para Señalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de Señalización en las diferentes vías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desorientamiento por parte del turista de los sitios de interés.</li> </ul>	Mayor gestión de las entidades públicas locales y territoriales
<ul style="list-style-type: none"> <li>Altos costos del transporte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte público no hay para las veredas de manera constante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pocas bases o horas fijas y no constantes.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarticulación con los demás actores del turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de conciencia por parte de los servicios complementarios como el comercio</li> </ul>		Sensibilización y generación de conciencia para integrar el comercio y demás actores al turismo local.



## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio Subachoque

Junio 24

ESLABÓN DE LA CADENA	EFECTOS A CONSIDERAR (Elemento orientador)		
Comunidad local - Anfitriones	1.- Nivel de sensibilización en materia turística a las comunidades receptoras. 2.- Cantidad de promotores de turismo en la comunidad anfitriona del destino. 3.- Amabilidad y empatía de la comunidad con los turistas. 4.- Cultura turística como anfitriones del destino.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
"Daño de defectos solos de Servicio. Marcadas diferencias de clases con zona rural y urbana Cierta apatía por los visitantes y extranjeros	Falta de cultura turística en la Comunidad.  Falta de interés en el turismo por parte de algunos sectores de la comunidad como los jóvenes de los colegios - servicio social	Percepción negativa hacia los turistas por desorden y actividades que se realizan de manera desorganizada	Articular con los colegios e instituciones educativas, los aspectos de educación en turismo - Énfasis en turismo  Sensibilización y capacitación en turismo

## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio Subachoque

Julio 19

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
Proveedores - Insumos y Materias Primas requeridas en la industria turística	1.- Nivel de calidad de las materias primas e insumos de los proveedores de la industria. 2.- Cantidad de proveedores presentes en el destino. 3.- Disponibilidad y accesibilidad a los insumos o materias primas requeridas por la industria en el destino. 4.- Costos de los insumos y materias primas disponibles en el destino que permiten la competitividad de los prestadores de servicios turísticos.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
Percepción de poder adquisitivo alto de la población Turistas con buen poder adquisitivo y capacidad económica.	Altos costos de insumos y materias primas para algunos productores y servicios	- Precios altos de los servicios turísticos para el turista - Percepción de destino costoso en el mercado	Búsqueda de mejores alternativas y precios más competitivos
Falta información de esos servicios y productos que se pueden conseguir	Algunos servicios que se requieren por parte de los prestadores de servicios turísticos no se consiguen o no están disponibles		Organización de los proveedores y mayor articulación con los prestadores de servicios turísticos
No hay divulgación y conocimiento de los productos y servicios existentes	No existe un red e información sobre proveedores disponibles y existentes claramente identificados		Levantamiento de la información y Directorio de proveedores y de servicios del municipio Asociación de proveedores y agremiación

## Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
Oferta Turística - Operación turística directa - Prestadores de servicios turísticos	1.- Cantidad de prestadores de servicios para atender la demanda del mercado. 2.- Calidad de los servicios (¿responden de forma eficiente a la demanda del mercado?). 3.- Nivel de formación / capacitación del personal para atender de forma optima al visitante. 4.- Nivel de formalidad de los prestadores de servicios turísticos. 5.- Grado de desarrollo estratégico / empresarial (PST con estrategias y planes de gestión definidos, implementación tecnológica, procesos comerciales eficientes y actualizados con las tendencias de mercado) 6.- Principales atractivos turísticos del municipio (¿cómo nos encontramos?). 7.- Tipos de actividades turísticas que se promueven en el destino. 8.- Nivel de desarrollo de los productos turísticos (consolidado, en proceso, sin definir). 9.- Conocimiento y aplicación de protocolos de servicio y calidad del servicio al cliente. 10.- Nivel de capacitación en segunda lengua para atender las condiciones de demanda del mercado.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
DAR A CONTINUIDAD AL SERVICIO DE GUIANZA Y/O GUIA TURISTICO	FALTA DE CAPACITACION Y SOCIALIZACION DE LOS GUIAS TURISTICOS HACIA LOS VISITANTES	NO RECIBIR INFORMACION RELEVANTE DEL SITIO VISITADO	FORMALIZAR Y/O AGREMIAR LAS DIFERENTES OPCIONES DE GUIANZA CON CAPACITACION Y CONOCIMIENTO DEL SITIO DE INTERES
FALTA DE PRESENCIA DEL ENTE AMBIENTAL	FALTA PRESENCIA DE LA SECRETARIA DE AMBIENTE PARA CONTROLAR TEMAS DE CONTAMINACION, DEMARCAR ZONAS DE RESERVA YA QUE SE HAN EVIDENCIADO DIFERENTES ESPECIES DE ANIMALES DENTRO DE LOS BOSQUES NATIVOS Y DE FRAILEJON	DETERIORO Y PERDIDA DE FLORA Y FAUNA UNICA DE ESTOS SITIOS	IMPARTIR CONOCIMIENTOS Y CAPACITACIONES A LA COMUNIDAD ALEDAÑA A LOS SITIOS TURISTICOS DE RESPETAR LAS ZONAS DE RESERVA Y DARLE LA IMPORTANCIA QUE MERECE LA LOCALIDAD
FALTA DE PUBLICACIONES POR CANALES OFICIALES Y REDES SOCIALES	FALTA DE ESTRATEGIAS, IMPLEMENTACION TECNOLÓGICA Y ACTUALIZACION DE TENDENCIAS DE MERCADO	NO DAR ALCANCE SUFICIENTE DE LA INFORMACION SOBRE LOS EVENTOS Y SITIOS TURISTICOS	LA REALIZACION Y EDICION DE MATERIAL AUDIOVISUAL DANDO A CONOCER NUESTRA RIQUEZA AMBIENTAL, FLORA Y FAUNA UNICOS DE LA REGION Y ENFATIZAR EN EL CUIDADO DEL PISO TERMICO CON EL QUE CONTAMOS, CONSERVACION DEL AGUA
FALTA DE PROMOVER LA CULTURA Y LA RECREATIVIDAD		NO DAR A CONOCER LA RESEÑA HISTORICA, LOS PRIVILEGIOS AMBIENTALES Y CULTURALES DEL MUNICIPIO	


# Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
<p>La Superestructura o Gobernanza - Entidades públicas y privadas del sector turismo</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Cantidad y pertinencia de capacitaciones promovidas en temas de turismo.</li> <li>2.- Sistemas de información o promoción del destino (actividades y atractivos turísticos).</li> <li>3.- Manejo de estadísticas e información relevante sobre la demanda del mercado (gasto promedio, tendencias, nivel de calificación del destino y productos o actividades más demandadas, entre otros).</li> <li>4.- Manejo y aplicación de la normatividad vigente en materia turística.</li> <li>5.- Tipos de programas o proyectos de acompañamiento para el desarrollo, consolidación y formalización turística.</li> <li>6.- Apoyo a procesos de innovación empresarial y sus impactos en la diversificación de la oferta de servicios y productos turísticos.</li> <li>7.- Manejo de la imagen o posicionamiento del destino a nivel departamental y nacional.</li> <li>8.- Identificación de los rasgos distintivos de la oferta turística del municipio.</li> <li>9.- Manejo de canales, herramientas y medios de publicidad, comunicación oficial de la oferta y carácter distintivo del municipio.</li> <li>10.- Desarrollo de las estrategias de promoción del municipio en materia turística.</li> <li>11.- Cooperación a los esfuerzos promocionales privados en materia turística.</li> <li>12.- Consolidación, accesibilidad y uniformidad de la información promocional del municipio en materia turística.</li> <li>13.- Proyectos y estrategias encaminadas al desarrollo y consolidación de la actividad turística del municipio.</li> <li>14.- Atención y apoyo de prioridades con respecto a: Formalización, capacitación, fortalecimiento y acompañamiento a prestadores de servicios turísticos.</li> <li>15.- Participación de la actividad turística en el Plan de Desarrollo Territorial.</li> </ol>		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
<p>EL DESCONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA TURISTICA</p>	<p>MANEJO Y APLICACIÓN DE LA NORMATIVIDAD VIGENTE EN MATERIA TURISTICA</p>	<p>DESAPROVECHAMIENTO DE INFORMACION RELEVANTE Y UN TURISTA INSATISFECHO</p>	<p>IMPARTIR CAPACITACIONES Y ADIESTRAMIENTO SOBRE NORMATIVIDAD VIGENTE TURISTICA</p>
<p>LA FALTA DE COMPROMISO SERIO INSTITUCIONAL O GUBERNAMENTAL PARA DESARROLLAR UN PRODUCTO PUBLICITARIO DE CALIDAD</p>	<p>MANEJO DE LA IMAGEN O POSICIONAMIENTO DEL DESTINO A NIVEL DEPARTAMENTAL Y NACIONAL</p>	<p>BAJO NIVEL DE VISITANTES DE OTROS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO Y DE NIVEL NACIONAL</p>	<p>DESARROLLO DE UN PROYECTO PUBLICITARIO, PROMOCION Y ESTRATEGIAS DE CALIDAD</p>
		<p>PROYECTOS TURISTICOS SIN CULMINAR</p>	



# Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
La Infraestructura - Servicios complementarios y de apoyo	1.- Grado de desarrollo de la infraestructura turística del municipio (Terminales terrestres, Muelles, Senderos, Señalización) y demás condiciones de accesibilidad que aporten al desarrollo de la experiencia turística del visitante. 2.- Presencia y aporte de los servicios complementarios como comercio, salud, educación relacionada, seguridad, transporte público, entre otros. 3.- Grado de desarrollo de los elementos, dotaciones o servicios complementarios necesarios para el funcionamiento del destino en materia turística (vías de acceso, medios de transporte, comunicación, servicios de salud, cajeros bancarios y demás servicios públicos básicos).		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
	no hay hotel	opciones y la mayoría es en zona rural de manera costosa para muchos de los turistas, de tal manera	evaluar dentro de la red de operadores turísticos la oportunidad de negocio que pueda ser para alguno
	no hay señalización ni claridad en los sitios turísticos	forma de enseñar a los turistas sobre lo que puede encontrar en el sitio	
	no hay infraestructura de acceso a los sitios turísticos	turistas tienen que acceder de manera riesgosa caminando o deteriorando su vehículo	arreglo de las vías por parte del municipio
		no se conocen las necesidades o intereses de los turistas	

		no se perfilan las oportunidades de negocio turístico	
	y diagnostico para identificar las necesidades de los tu	no se reconocen las opciones de servicios y productos que no se están ofreciendo	realizar caracterización de turistas
zona afectada por la zona de protección del páramo de guerrero		regulaciones que no permiten desde la alcaldía	
	des para ofrecer productos y servicios que se han iden		

# Mesas de Trabajo aportes al Diagnóstico de la Cadena de Valor del turismo en el municipio

ESLABÓN DE LA CADENA	ASPECTOS A CONSIDERAR (Elementos orientadores)		
Demanda turística - Turistas o usuarios del turismo	1.- Tipo de visitantes que frecuentan el municipio (nacionales, extranjeros, tener en cuenta sus características, gustos y preferencias). 2.- Servicios y/o actividades turísticas que requiere, demanda o realiza el turista en el municipio. 3.- Grado de satisfacción frente a la oferta del lugar y la calidad del servicio (¿cómo nos perciben o ven los turistas?). 4.- Nivel de reconocimiento turístico del municipio en el mercado o clientes. 5.- Cantidad de visitantes o turistas que visitan el destino. 6. Nivel de conciencia y aplicación por parte de los visitantes respecto al cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad turística.		
CAUSAS	PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	EFECTOS O CONSECUENCIAS	POSIBLE SOLUCIÓN
desde las instancias municipales o privadas no hay un interés en realizar un plan para identificar y atender los turistas	no hay caracterización de los turistas, de tal forma que no hay claridad cuáles son los intereses para enfocar oferta de productos y servicios	no hay claridad para la oferta de productos y servicios no hay reconocimiento de las expectativas y nivel de satisfacción de la oferta de servicios y productos	realizar caracterización para identificar el perfil e intereses de los turistas
	no hay capacitación sobre la atención al turista	sin una adecuada atención al turista no habrá éxito en la oferta o servicios	capacitar a todos los operadores turísticos para atender al turista de manera optima
	no hay publicidad de la oferta de servicios y productos turísticos	no hay conocimiento del municipio, aunque estamostan cerca de Bogotá	aprovechamiento de las redes sociales para la oferta de servicios y productos turísticos

		de servicios o productos, no hay fortalecimiento de la red para estructurar enlace y fortalecer la oferta al	
		asociatividad que favorecen los beneficios comunitarios	
	no hay red de operadores turísticos ni de productos o servicios para generar sistema de referidos de un mismo turista		generar red de turistas para fortalecer gremio