

**Producto turístico para adultos mayores vulnerables económicamente de la fundación  
Centro noche Restrepo 2 de Bogotá en el municipio de Pandi Cundinamarca**

Jessica Tatiana Rocha Lara  
Iván Santiago Mosquera Duarte

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C  
2018

**Producto turístico para adultos mayores vulnerables económicamente de la fundación  
Centro noche Restrepo 2 de Bogotá en el municipio de Pandi Cundinamarca**

Jessica Tatiana Rocha Lara  
Iván Santiago Mosquera Duarte

Director  
Patricia Pérez Ramírez

Trabajo de grado para optar al título en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C  
2018

## **Dedicatoria**

Al forjador de mi camino, a los principales seres de mi vida, a ti **José Vicente Rocha Rodríguez, Juan Lara Riveros y Ana Silvia Granados**, mis queridos abuelos, porque desde que era muy pequeña confiaron en mis habilidades y tenacidad por alcanzar todo lo que me proponía, porque a pesar de no compartir este plano existente sé que estarán desde el cielo aplaudiéndome y con las sonrisas más grandes, nobles y bellas; También se la dedico a mi **madre**, por enseñarme durante toda mi vida a ser persistente y disciplinada con mis metas y todo aquello que me proponga pues sin tu ayuda no hubiese logrado cumplir este sueño.... Pero aún más importante se la dedico a **mi vida**, por demostrarme una vez más que soy capaz de lograr todo aquello que me propongo, te lo dedico a ti vida a ti ACV aquella enfermedad que llego de repente a mí, pero que me enseñó y me dio la oportunidad de aprender de un mundo totalmente diferente, aquella que la sociedad llama "discapacidad"... aquella que tristemente los seres humanos no consideran, porque gracias a ti ACV, me diste la oportunidad de conocer ambos mundos y con esto poder lograr un cambio esta vez en mi carrera como administradora en hotelería y turismo.

Orgullosa de ser una sobreviviente de un **ACV**.... Mi pasado mi presente y mi futuro por la eternidad

"NO PIENSE EN SUS LIMITACIONES, sostenga sus ideales y recibirá la fuerza necesaria para realizarlos" José Duque Linares

**Jessica Tatiana Rocha Lara**

Le dedico este trabajo a mis padres y a las enseñanzas que me dieron, por mostrar su ayuda incondicional y mostrarme que siempre debo seguir luchando, a mis hermanos que son mis compañeros eternos de vida. A esos amigos que son más apoyo que conveniencia. A Tatiana Rocha que ha sido compañera, amiga y la prueba de que con esfuerzo y ganas, los obstáculos y enfermedades son solo desafíos, que querer es poder. Y a las circunstancias adversas y complicadas que cada vez me hacen mejor y me fortalecen tras el día a día.

"Nunca sabes realmente donde estas parado. Hasta que sabes que de ahí no huiras..." slipknot

**Ivan Santiago Mosquera Duarte**

## **Agradecimientos**

Queremos agradecer a las personas que nos han apoyado en este ciclo de nuestro estudio, y en la elaboración de nuestro proyecto de grado.

En Primera instancia a nuestros más sinceros agradecimientos Dios por darnos salud y la oportunidad de estudiar en la Universitaria Agustiniiana.

A nuestras familias, que estuvieron ayudándonos y dando fuerzas para no desfallecer en nuestra iniciativa de crecimiento profesional, gracias por entendernos y sacrificarse con nosotros en las horas de estudio.

A nuestra tutora Patricia Pérez Ramírez, coordinadora del proyecto la cual siempre estuvo pendiente de nosotros, guiándonos para que todo saliera bien y con sus aportes, experiencia, dedicación logró en nosotros el interés de sacar nuestro proyecto adelante.

A nuestra universidad por darnos la gran oportunidad de estudiar en ella, dándonos las herramientas necesarias para adquirir los conocimientos junto con todos sus profesionales y con sus instalaciones agradables que motivan volver a estudiar otro programa académico. A nuestros amigos y demás personas que en cada momento nos daban fuerzas para seguir adelante gracias a esa motivación que nos impregnaban nos hacían recordar nuestros sueños y metas anheladas para el futuro de nosotros y nuestras familias.

## Resumen

En este documento se desarrollará el proceso de análisis de los factores intervinientes en el diseño de un producto turístico, ideas, planteamientos y lineamientos, enfocados al estudio del adulto mayor vulnerable económicamente. Tomando como sujeto de estudio la población residente en el centro noche de Restrepo 2 ubicado en la ciudad de Bogotá.

El trabajo se basa en un enfoque social a la luz de la política de responsabilidad social y busca generar una oportunidad de entretenimiento para la comunidad a la vez que se promueve el turismo en el municipio de Pandi (Cundinamarca).

En el primer capítulo se investiga por la situación actual de los habitantes del centro noche de Restrepo 2 en cuestión, recopilando información básica que permita caracterizar la población objetiva, con datos como salud, situación económica, entorno social, etc. Y de esta manera determinar el perfil de consumidor final.

En el segundo capítulo se analiza las potencialidades turísticas que se acondicionan al consumidor, para el posterior diseño del producto turístico que se desea ejecutar.

Para este capítulo se realiza obtención de información primaria con el método de observación y se practican encuestas de los prestadores de servicios turísticos del sector, para luego establecer un análisis de las características que prestan.

En el tercer capítulo se define el producto turístico e inventario turístico, el cual responde a las necesidades de la población en condiciones de vulnerabilidad económica, propuesto desde una mirada social sin margen de utilidad o para ser comercializado a través de agencias de viajes con una rentabilidad, se realizan presupuestos y diseño del producto turístico a tratar.

El trabajo de campo realizado para fundamentar los conceptos y la propuesta tuvo como referente la Metodología descriptiva con enfoque mixto, donde se inicia con la observación, luego se practican encuestas a los prestadores de servicios turísticos y entrevistas. De esta forma se hace un análisis holístico, de las personas, el territorio y condiciones que permiten ver a la población objetiva como un todo, para diseñar un producto turístico a la medida.

*Palabras claves:* Adulto mayor, vulnerabilidad económica, turismo social, producto turístico, ruta turística.

## **Abstract**

The population of Colombia belonging to the elderly is affected by various circumstances, from the fact that are no longer in an age occupationally active, up to the vulnerable condition of obsolescence to society. At the time that a person facing these moments in life without having sufficient earnings to receive a pensioner not to have a family who care for them can be, keep is increasingly complicated and seeks to reduce expenses as much as possible doing things that they can buy for fun pass to be deferred to a possibly non-existent date. Those tastes include the travel by any motivation that drives them.

The municipality of Pandi has natural and cultural attractions that have been lagging for the location where it is located, since the pathways that connect the large metropolitan cities do not cross it, doing that its visitors are few. Al though the town has tourist service providers, by the little affluence and low volume of clientele they have very low prices. Doing that it is really economic perform an overnight that has power.

What it is doing with this project is a proposal to provide seniors in these conditions, an alternative to a tourist trip to the municipality of Pandi, with the help of the State and institutions involved in the financing of these ideas. Looking to rescue and not forgetting the community of the elderly, which is a deplorable economic situation.

## Tabla de contenido

Introducción .....	12
Problema de investigación .....	13
Formulación de la pregunta.....	15
Justificación.....	16
Objetivos .....	17
Objetivo General.....	17
Objetivos específicos.....	17
Metodología .....	18
Investigación de tipo descriptivo.....	18
Enfoque mixto .....	18
Marcos de referencia .....	20
Marco Teórico .....	20
Marco conceptual .....	24
Producto turístico.....	24
Proceso de realización y metodología para la elaboración del producto turístico.....	25
Potencialidades turísticas.....	25
Marco geográfico .....	27
Símbolo.....	28
Bandera.....	28
Himno .....	28
Geografía.....	30
Descripción física .....	30
Límites del municipio. ....	30
Extensión total. ....	31
Extensión área urbana. ....	31
Extensión área rural. ....	31
Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar). ....	31
Temperatura media. ....	31
Distancia de Bogotá. ....	31

Vías.....	31
Municipio de Pandi Cundinamarca .....	31
Demografía .....	32
Marco legal.....	34
Ley 300 de 1996 .....	34
Plan de desarrollo regional (Cundinamarca) .....	34
Plan de desarrollo municipal de Pandi .....	35
Ley 1251 del 2008 .....	35
Artículo 4° .....	36
Artículo 5° .....	37
Artículo 6° .....	37
Artículo 7° .....	37
Política del turismo social.....	38
Capítulo I: Caracterización de la población del adulto mayor de la fundación centro noche	
Restrepo 2.....	39
Colombia Mayor.....	39
Fundación centro noche Restrepo 2.....	40
Condiciones de vida.....	40
Pensión de vejez .....	42
Características adulto mayor .....	42
Canasta familiar.....	43
Encuesta nacional de hogares en Colombia .....	44
Formato encuesta a los adultos mayores .....	44
Resultados de las encuestas .....	44
Primera pregunta .....	44
Segunda pregunta.....	45
Tercera pregunta .....	46
Cuarta pregunta.....	46
Quinta pregunta.....	47
Sexta pregunta.....	47
Séptima pregunta .....	48



Octava pregunta .....	48
Novena pregunta .....	49
Décima pregunta .....	49
Onceava pregunta.....	50
Doceava pregunta.....	50
Análisis de la encuesta.....	51
Capítulo II. Análisis potencialidades del municipio de Pandi. ....	52
Inventario turístico.....	52
Formatos de inventarios de atractivos turísticos del municipio de Pandi.....	52
Gastronomía.....	57
10.1. Análisis de las entrevistas. ....	58
Análisis de las entrevistas a los prestadores de servicios turísticos .....	60
Matriz de estrategias FODA .....	61
Capítulo III. Formulación del producto turístico. ....	63
Productos u/o servicios turísticos .....	63
Ruta turística.....	63
Mapa de la ruta turística .....	65
Itinerario .....	66
Presupuestos .....	67
Presupuesto de interés social. ....	68
Presupuesto de interés comercial.....	68
Marca.....	70
Poster .....	71
Diseño de aspecto cálido enfocado en una población en específica, demostrando los servicios que tendrán al tomar el producto. ....	71
Logo. ....	71
Slogan. ....	71
Propuesta de valor.....	71
Título.....	72
Conclusiones .....	73
Anexos.....	74

Anexo I. Formato de la caracterización del adulto mayor de la fundación centro noche Restrepo 2 ..... 74

Anexo II. Esquema de inventario turístico ..... 77

Anexo III. Caracterización de servicios turísticos en Pandi ..... 77

    Entrevista. .... 77

Anexo IV. Entrevista director de la fundación centro noche Restrepo 2 ..... 78

Anexo V ..... 81

14.1. Anexo VI ..... 82

Referencias ..... 91

## Lista de figuras

Figura 1. Índice de envejecimiento. ....	13
Figura 2. Mapa Pandi-Cundinamarca.....	27
Figura 3. Símbolo Pandi-Cundinamarca. ....	28
Figura 4. Alcaldía municipal de Pandi. ....	28
Figura 5. Ubicación del municipio de Pandi. ....	30
Figura 6. Distribución poblacional en el municipio de Pandi.....	32
Figura 7. Distribución zona rural. ....	33
Figura 8. Distribución canasta familiar. ....	43
Figura 9. Pregunta 1. ....	45
Figura 10. Pregunta 2. ....	45
Figura 11. Pregunta 3. ....	46
Figura 12. Pregunta 4. ....	46
Figura 13. Pregunta 5. ....	47
Figura 14. Pregunta 6. ....	47
Figura 15. Pregunta 7. ....	48
Figura 16. Pregunta 8. ....	48
Figura 17. Pregunta 9. ....	49
Figura 18. Pregunta 10. ....	49
Figura 19. Pregunta 11. ....	50
Figura 20. Pregunta 12. ....	50
Figura 21. Inventario #1. ....	53
Figura 22. Inventario #2-.....	54
Figura 23. Inventario #4-.....	55
Figura 24. Inventario #4. ....	56
Figura 25. Análisis de las entrevistas. ....	59
Figura 26. Matriz FODA. ....	62
Figura 27. Mapa ruta turística. ....	65
Figura 28. Itinerario. ....	67
Figura 29. Costo del paquete turístico a nivel social.....	68
Figura 30. Costo del paquete turístico a nivel comercial. ....	69

## **Introducción**

La población de Colombia perteneciente a la tercera edad, se ve afectada por varias circunstancias, desde el hecho de que ya no se encuentran en una edad laboralmente activa, hasta la condición vulnerable de obsolescencia ante la sociedad. En el momento en que una persona que afronta estos momentos de la vida sin haber tenido los suficientes ingresos laborales para recibir una pensión, o no tener una familia que se pueda hacer cargo de ellos, la subsistencia se complica cada vez más y se busca reducir los gastos lo mayor posible, haciendo que las cosas que se puedan comprar por gusto pasen a ser postergados a una fecha posiblemente inexistente, dentro de esos gustos encontramos el de viajar, por cualquier motivación que los impulse.

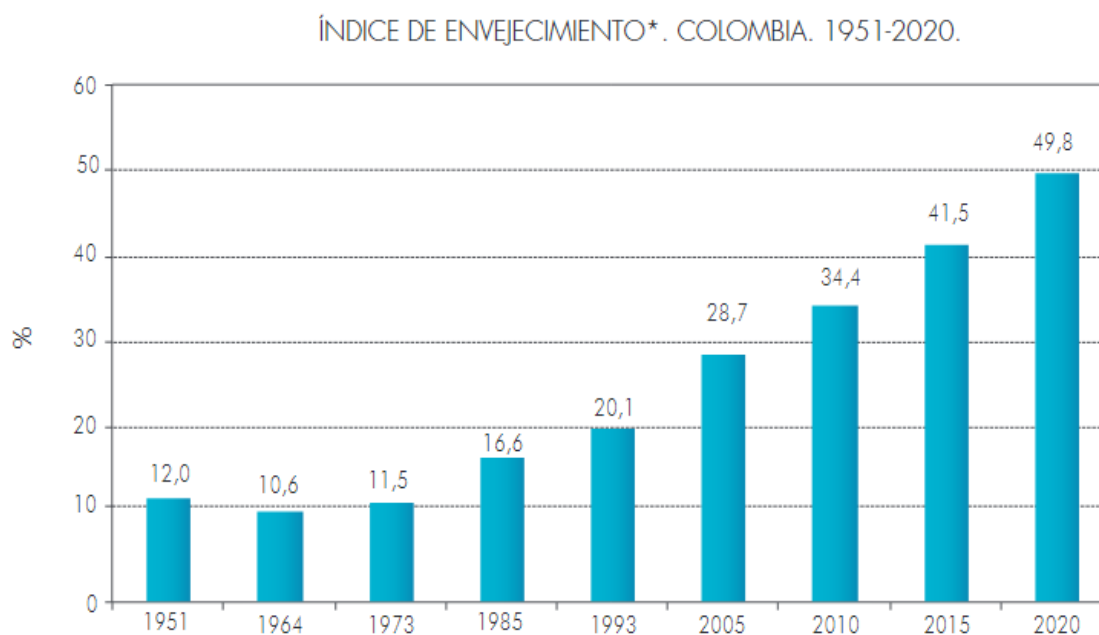
El municipio de Pandi cuenta con atractivos naturales y culturales que se han visto rezagados por la ubicación en donde se encuentra, ya que las vías que conectan las grandes ciudades metropolitanas no lo atraviesan, haciendo que sus visitantes sean pocos. Aunque el municipio cuenta con prestadores de servicios turísticos, por la poca afluencia y el bajo volumen de clientela tienen precios muy bajos. Haciendo que sea realmente económico el hecho de realizar una pernoctación que cuente con alimentación.

Lo que se trata de hacer con este proyecto, es una propuesta para poder brindar a los adultos mayores en estas condiciones, una alternativa de un viaje turístico al municipio de Pandi, con la ayuda del estado e instituciones interesadas en el financiamiento de estas ideas. Buscando rescatar y no dejar de lado la comunidad del adulto mayor que se encuentra en una situación económica deplorable.

### Problema de investigación

En Colombia no resulta fácil encontrar productos de turismo social, debido a la falta de implementación de proyectos avalados por el gobierno ante el derecho del turismo y la recreación, considerando muchas de las vulnerabilidades que puede abarcar este tipo de turismo, siendo las personas de la tercera edad los más vulnerables de la sociedad.

De este modo se considera lo siguiente, la sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento. Este hecho se verá repercutido en el futuro de la oferta del turismo nacional. Debido a que existe un aumento considerable de adultos mayores no solo a nivel nacional, sino también a nivel mundial, como se ha visto según las siguientes estadísticas del Dane donde se muestra un notorio crecimiento de esta población año tras año a nivel nacional.



**Figura 1.** Índice de envejecimiento. Colombia. 1951-2020

Según el Dane (2005):

“[...] En Colombia habitan 4.626. 419, personas mayores de 60 años. Esta cifra representa casi el 10% de la población total del país. El porcentaje se divide en 54% mujeres y 45.8% de hombres. Como se menciona anteriormente en Colombia las personas son consideradas mayores una vez cumplido los 60 años, caso contrario a otros países en los que se considera un adulto

mayor únicamente a las personas mayores a 65 años. Se estima que sólo en la ciudad de Bogotá habrá más de un millón de nuevos ciudadanos mayores para el año 2020”.

Los adultos mayores o según como tiene su clasificación a nivel mundial bajo el termino de los seniors. Son cada vez más numerosos y muestran gran interés por las nuevas oportunidades que brinda nuestra industria turística y del mismo modo representa un segmento de mercado que año tras año va tomando importancia, pues hay que tener en cuenta que según estadísticas del DANE los adultos mayores se reflejan en las siguientes características dadas por la secretaria de cultura, recreación y deporte dice:

“En América Latina y el Caribe se han presentado importantes cambios demográficos en el siglo XX, notándose un rápido crecimiento de los grupos de personas adultas mayores con 60 años de edad y más, los cuales se caracterizan por una gran variabilidad en las condiciones socioeconómicas de esta población”.

Es por esto que, a partir de 1970, las Naciones unidas, se han propuesto conocer los contextos que abarca el envejecimiento de esta población a nivel mundial, y de esta forma promover acciones que abarquen entidades como lo son: agencias, instituciones gubernamentales y no gubernamentales de los países analizados. Según la secretaria de cultura, recreación y deporte dice:

“En el caso de Colombia, en un siglo, el país pasó de 4'355.470 habitantes a 42'090.502, de los cuales más del 6% (2'617.240) es mayor de 65 años”

### **Formulación de la pregunta**

¿Qué producto turístico se puede realizar en el municipio de Pandi Cundinamarca para adultos mayores vulnerables económicamente de la fundación Centro Noche Restrepo 2?

### **Justificación**

La población de adultos mayores se encuentra en crecimiento, no solo en Colombia si no a nivel mundial. Este segmento de población reclama mayores servicios turísticos a la medida, para viajar cómodos desde el inicio de su descanso hasta su regreso y es importante mejorar la calidad de vida en ésta población a consecuencia teniendo en cuenta que a nivel nacional se está observando un auge de las personas mayores y en otro aspecto es necesario acrecentar el turismo en su más amplio aspecto ya que este nicho de mercado debe tener los mismos derechos y beneficios como cualquier otro turista además que el factor económico de esta población no debe ser tomado debido a que el turismo es un derecho fundamental de la humanidad.

Por este mismo hecho es necesario implementar productos turísticos llamativos y acordes con el segmento de mercado al cual va dirigido; por la misma falta de oferta para esta población, la demanda resultará ser mayor una vez el producto salga al mercado, dado que es la oferta de un turismo social el cual permitirá que este segmento logre cumplir y satisfacer necesidades como la recreación y el turismo, puesto que su situación económica ya no será un impedimento para el desarrollo de dichas actividades.

Tomando en cuenta las condiciones de vida que tiene el grupo de estudio que es la fundación, se quiere demostrar que el turismo se puede desarrollar, a pesar de las condiciones económicas con las que estas personas cuentan.



## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un producto turístico en el municipio de Pandi para los adultos mayores en condición de vulnerabilidad económica de la fundación centro de noche Restrepo 2.

### **Objetivos específicos**

- Caracterizar a la población mayor en condición de vulnerabilidad económica, Centro de Noche Restrepo 2 en Bogotá.
- Analizar las potencialidades turísticas del municipio de Pandi, definiendo los atractivos y actividades que pueden realizar los adultos mayores de la Fundación en mención.
- Proponer un producto turístico para los adultos mayores vulnerables de la fundación centro de noche Restrepo 2.

## **Metodología**

### **Investigación de tipo descriptivo**

Por medio de esta se pretende describir y detallar la situación de estudio el cual se refiere a las personas en condición de vulnerabilidad económica, tras una recolección de datos sobre diversos enfoques correlacionales del tema investigativo.

Haciendo un enfoque más específico sobre el tipo de investigación, Sampieri (2006) dice:

“Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos: esto es, detallar como son y se manifiestan [...] en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga” (p.102)

### **Enfoque mixto**

Considerando las características de este enfoque, la idea que constituye este proyecto tiene un estudio cuantitativo y cualitativo a través de lo siguiente.

El enfoque cualitativo se empleará y desarrollará como un medio para descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos tras descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y la interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría expuesta; tal y como lo detalla el siguiente autor, Sampieri (2006) dice:

“[...] el enfoque cualitativo es inductivo, necesitamos conocer con mayor profundidad el “terreno que estamos pisando”. [...] en la investigación cualitativa, ya que en esta no se busca precisar ni acotar el problema o fenómeno de estudio al comenzar el proceso. Tales elementos del planteamiento son más bien enunciativos y constituyen en punto de partida de la investigación” (p. 524)

El enfoque cuantitativo permite que la formulación del planteamiento sea lógico y coherente frente al problema de investigación y de esta forma justificar la investigación y así analizar su viabilidad” según Sampieri (2006) (p. 45).

Por consiguiente, también Sampieri (2006) dice:

“para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos”.p.45

Ante el enfoque cualitativo plantea Sampieri (2006) que es más de tipo interpretativo, dado que este incluye aspectos de procesos inductivos como pueden ser de tipo exploratorio, descriptivo, y de esta forma logra construir un enfoque que puede generar perspectivas teóricas (pp. 8-19).

A causa de lo dicho anteriormente se estipulan las siguientes características por el autor Sampieri (2006):

- “la investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los seres vivos, principalmente el de los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente).
- [...] el investigador se introduce en las experiencias individuales de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación está situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de cada uno de los individuos”.

## Marcos de referencia

### Marco teórico

El **adulto mayor** o los también conocidos bajo el término seniors, contienen aspectos que definen, conforman y encierran a esta población ante sus derechos en la humanidad, tal y como lo conceptualiza Alen, M., Domínguez, T. y Fraiz, A. (2010):

“se refieren al termino **senior** con aquellos de 55 años o más, y *los keas no seniors* los menores de 55 años, pero mayores de 15 años, a su segmentación la categoría de senior en dos subgrupos: *younger seniors* (los seniors jóvenes); 55 a 64 años y *older senior* (los seniors más mayores), de 65 años en adelante”. P.5

Sin embargo, se ha visto que desde los 60 años de edad logra establecerse la frontera entre los mayores y los maduros, y se ven oportunidades de ofertas adecuadas para los intereses y necesidades de ellos, otra definición que podemos encontrar la expone el autor, Alen, M., Domínguez, T. y Fraiz, A. (2010):

“el turista senior es aquel de más de 65 años. En su estudio se pone de manifiesto que este segmento se está teniendo muy presente en las islas baleares, representado por el 12% de los turistas”.p.5

A través de un concepto internacional el ministerio de inclusión económica y social del Ecuador (2013) afirma:

“Para definir el concepto de las personas adultas mayores, los tratadistas han recurrido a diferentes doctrinas e interpretaciones, considerándolos como un grupo etario que comprende personas que tienen más de 65 años de edad. Por lo general, se considera que los adultos mayores, sólo por haber alcanzado este rango de edad, se los reconoce como pertenecientes a la tercera edad o ancianos”. (P.12)

De acuerdo a lo expuesto anteriormente cabe destacar que esta sociedad es juzgada a través del edadismo, lo cual hace referencia a la existencia del juzgamiento a través de estereotipos y conductas discriminatorias hacia las personas por su edad. El cual no solo es un problema y punto de vista nacional, si no, que es un problema de índole mundial.

Cabe destacar que las personas de la tercera edad tratan diariamente con un sin número de actitudes negativas y no aptas para ellos por parte de la sociedad y su entorno; Que son los quienes los discriminan, como se puede detallar a través del mercado, el trabajo y medios de comunicación que prestan sus servicios basados en estereotipos. Lo cual hace definir que son una población marginada y excluida ante la comunidad en general.

Aunque en ocasiones presentan campañas o proyectos para combatir ésta marginación, normalmente se presentan los adultos mayores como (frágiles y dependientes); no siendo ésta su realidad permanente; causando en estas personas pensamientos y sentimientos negativos.

De otra manera también interviene los productos u/o servicios turísticos, a los cuales decimos que son los bienes y servicios ofrecidos por las empresas del sector turístico y que satisfacen las necesidades y disfrute del viaje, para el desarrollo se pueden contar con empresas de transporte, alojamiento y recreación.

De esta forma se presentan las características de los servicios y productos turísticos, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización, una vez identificado el segmento al cual van dirigidos, Según el Lic. De la Colina (2014) dice:

“la oferta de los productos y servicios turísticos suelen crear desconfianza ante los mismos y para ello se recomienda que el profesional a cargo sea muy claro ante los turistas frente a lo que van a encontrarse en el sitio turístico”.

En otros aspectos a tener presente es a la hora de elegir un destino son: altitud, insectos, temperatura, condiciones climáticas...; son circunstancias deben ser expuestas para que el turista no se sorprenda negativamente. De la misma manera se puede decir que el estado de ánimo que tiene el turista a la hora de viajar, tendrá un alto impacto, porque de éste dependerá que la experiencia sea positiva y agradable o negativa y desagradable.

Tomándolo desde el punto de vista de la oferta y la demanda se ha denotado que ha habido un cambio de tendencia en los destinos turísticos, como se ha observado la expansión de destinos más tranquilos donde se desarrolla tipos de turismos como lo son de naturaleza, pues es más compatible con las grandes masas de gente. Como también se ha observado que los destinos suelen ser estacionales ya que estos están sometidos a condiciones climáticas o temporales y que fuera de ellos no puede haber funcionamiento de los atractivos que estos destinos poseen.

Para el diseño de cualquier producto se debe tener un concepto claro el cual se refiere al segmento de mercado, ya que éste define a quien y como se deberá dirigir el producto/servicio que se desea ofrecer.

Del mismo modo se debe tomar en cuenta el siguiente referente que son las generaciones, ya que en un sentido social y humano, se puede estar mencionando dos tipos diferentes de elementos que deben abarcar según sus gustos y pensamientos. En primer lugar, la generación de la capacidad se refiere a la acción del hacer; En segundo lugar y más común expone a los grupos etarios

desarrollados de manera sucesiva y que cuentan con características consuetudinarias, éticas y culturales específicas, dándonos una perspectiva más central al enfoque que deseamos demostrar, Bembibre (2009) dice:

“El concepto de generación utilizado en el sentido de los grupos etarios sociales es sin dudas uno de los más interesantes para la Humanidad. Este concepto nos habla de conjuntos indefinidos de individuos que nacen en un período similar de años (aproximadamente entre diez y treinta años de tiempo son suficientes para marcar una generación) y que comparten elementos culturales, morales o de creencias que han marcado sus vidas”.

De esta forma miramos la siguiente tendencia de generación de forma global ya que en Colombia no se les detalla por su generación si no que se ve de una forma más globalizada y se enfocan en solo un segmento de mercado.

Babyboomers: Término inglés el cual nos dice que es la generación por ser la que ha registrado la mayor tasa de nacimientos además es comprendida entre el año 1946 y 1964, tal y como lo especifica el siguiente autor, Urrego (2014) dice:

“Es claro que esta generación se caracterizó por vivir en una ausencia total de las tecnologías de la información como hoy las conocemos. Sin embargo sí encontraron en los desarrollos y herramientas tecnológicas de la época espacios para cultivar sus ratos de ocio. La radiola, el tocadiscos y las videocaseteras fueron en ese entonces los elementos característicos que les permitieron estar informados sobre lo que sucedía a nivel local, regional y mundial. Estos fueron los medios de comunicación distintivos, que a su vez contribuyeron con la revolución cultural en la música. [...]. Es una generación que se vio afectada por todos aquellos sucesos que marcaron a nivel sociopolítico y cultural”.

Urrego (2014) menciona algunos de los sucesos que marcaron a esta generación, los cuales son:

- Movimiento hippie y de derechos civiles, como lo fue la igualdad de la mujer
- Consumo de sustancias psicodélicas, LSD y marihuana
- Liberación sexual
- Llegada del hombre a la luna

En otro aspecto referente al comportamiento de esta generación frente al turismo según WH (2015), dice:

- “No han adoptado como propio el concepto de experiencia, o al menos éste no está tan ligado a la aventura como en el caso de los millennials. Ellos piensan más en pernoctaciones.
- No dan tanta importancia al hecho de poder realizar la reserva online. Si pueden gestionar su reserva mediante una llamada telefónica también quedarán satisfechos.

- Valoran mucho el trato personalizado y prestado por las personas, no por máquinas.
- No se dejan llevar tanto por el factor precio. Si consideran importante un servicio añadido, pagarán por él”

También hablamos de las generaciones en el marketing, siendo este el proceso en la que las empresas utilizaran para la creación de valores y construcción de relaciones con el propósito de obtener un cambio y valor agregado en sus futuros productos, para los clientes.

- I generación los cuales se destacan por pertenecer a los años entre 1901-1926, donde tomando un poco de sus características el siguiente autor, Vega (2014) dice:

“Son la generación de la primera y segunda Guerra Mundial. Aprendieron el valor del trabajo en equipo y padecieron los estragos de la crisis económica generalizada y la Gran Depresión. Se destacaron por su conciencia colectiva, misma que engendró un profundo sentido nacionalista, así como por sus percepciones morales sobre el bien y el mal”.

- La generación de los silents entre los años 1932-1945, en esta se generó una serie de cambios y modernizaciones y donde comenzó a nacer las diferentes ideologías de vida.
- La generación del auge de los bebés como ya fue mencionada anteriormente para ellos se tienen en cuenta los siguientes parámetros en el diseño del producto los cuales deben ser:
  - Medibles
  - Accesibles
  - Sustanciales
  - Diferenciales

## Marco conceptual

### Producto turístico

El producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los servicios que este recibe como: (alojamiento, recreación, transporte y alimentación).

De otra forma Boullón (2003) dice:

“el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística integrada a su vez por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos”. pág. 150

En otras palabras el producto turístico es la oferta turística abarcada por los bienes y servicios para el turista por un precio y en un periodo determinado, lo cual hace a este ser un producto de imposibilidad de almacenamiento, por contener características de transitoriedad.

También otra definición del producto hace referencia a cualquier cosa que nace tras una necesidad o deseo de las personas.

El producto turístico tiene un enfoque más detallado pues integra (recursos y patrimonios) que se desarrollaran en un espacio determinado.

De otro modo encontramos otras definiciones tales como del siguiente autor Acerenza (2007) dice:

“Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

De esta forma el licenciado de la Colina, afirma que todos los elementos que conforman el producto turístico se puede segmentar de la siguiente forma: recursos turísticos, infraestructuras, empresas y servicios turísticos. Diciendo de tal manera que los recursos turísticos pueden estar vinculados con temas de (naturaleza, historia y cultura).

De esta forma también se puede mencionar que el producto turístico cuenta con unos componentes que lo conforman por tener una gran variedad y diversidad. Entre algunos componentes podemos encontrar:

- Los recursos turísticos (naturales, histórico-culturales y socio-económicos).
- Accesibilidad
- Guías especializados
- Medios de transporte y comunicación



- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros
- Comunidad local

### **Proceso de realización y metodología para la elaboración del producto turístico**

Se puede implementar metodologías de desarrollo tradicional en la industria turística pues este a su vez logra sostener y sustentar el análisis de las fuentes emergentes de la sociedad en el ámbito turístico. Tal y como Savaria y Muro (2016), mencionan que, para el diseño, la implementación y la aplicación en los productos turísticos se debe establecer una tarea estratégica que abarque la participación de todos los actores involucrados en el desarrollo de la misma y teniendo en cuenta lo siguiente.

La idea o identificación inicial donde surge como tal el plan de marketing y la creación del producto, busca dar una conceptualización y comprensión del lugar, mediante el cual se describirá su esencia, y para el desarrollo de esto se necesita realizar un inventario de los recursos disponibles y que posea el destino y de este modo darle una finalidad que pretenda el mejoramiento del mismo y por ende llamar la atención de los visitantes.

Y de esta forma surge como etapa previa la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos.

### **Potencialidades turísticas**

El objetivo de calcular este índice es poder establecer las prioridades en cuanto a la necesidad de la planificación turística, e identificar los puntos de los atractivos turísticos a partir de los cuales podrán articularse en la estrategia de desarrollo.

Es en la valoración del destino, donde es necesario definir y caracterizar los recursos y atributos con los que cuenta. Y de esta forma el siguiente autor dice Mass (2009):

“El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, una serie de etapas como ya se han mencionado anteriormente donde abarca, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos”.

Para calcular estos recursos se tomará los índices de potencialidad basados en el inventario y los recursos, para esto los elementos del sistema que se consideran en la ponderación, de forma directa sobre los recursos son:

- Accesibilidad
- Equipamiento
- Preferencias de la demanda

Por consiguiente, Sectur (2002), afirma que toda zona que se considere para desarrollar y ampliar el turismo debe evaluar detalladamente los atractivos, infraestructura, accesibilidad y todo lo que conforma la evaluación de un producto turístico, dando paso al estudio y evaluación de otros factores que pueden influir en el desarrollo de este como (competidores, comunidad, salud, política).

Por lo anteriormente dicho se puede concluir que la evaluación del potencial turístico del territorio es vital importancia para la planificación de la actividad turística, ya que no se trata la enumeración, clasificación y catalogando los recursos. Va más allá, pues este estipula la posibilidad de conocer y elegir los atractivos turísticos que cuentan con los espacios que se adecuan al producto que se establecerá.

## Marco geográfico



**Figura 2.** Mapa Pandi-Cundinamarca. (wikimedia/commons, 2018)

## Símbolo



Figura 3. Símbolo Pandi-Cundinamarca. (Rico, O., 2018)

## Bandera



Figura 4. Alcaldía municipal de Pandi. (Rico, O., 2018)

El Estandarte municipal está conformado por tres franjas horizontales distribuidas en un porcentaje de 33,3% y su composición se distribuye de la siguiente forma:

Color blanco: representa el cariño, la dedicación y el mantenimiento de sus tierras, la paz, la tranquilidad y armonía de su patria chica.

Color verde: hace referencia a la fertilidad de sus tierras y bosques, la fe, la amistad, el respeto y la esperanzas por su pueblo.

Color rojo: representa el esfuerzo por ver mejor a su pueblo cada día.

## Himno

Salve a Pandi mi tierra querida  
 Que de niño nos dio protección  
 Pandinense un himno entonemos  
 A éste pueblo tan bella Región  
 Y nos dice también nuestra historia

Que una tribu en la piedra grabó  
Como ofrenda a su templo divino  
Donde el indio a su dios adoró  
En el Río Sumapaz lindo Puente  
Que de rocas allí se formó  
Maravilla es de Pandi y Colombia  
Y el poeta un poema escribió  
De Amarillo, de Azul y de rojo  
Los colores que da la Región  
Son emblema en mi tierra querida  
De mi patria grandeza y amor  
Chicalas que son amarillos  
Gualandayes de azul el color  
Y de rojo se visten los Cambulos  
Oh Bandera sus flores formó.

## Geografía

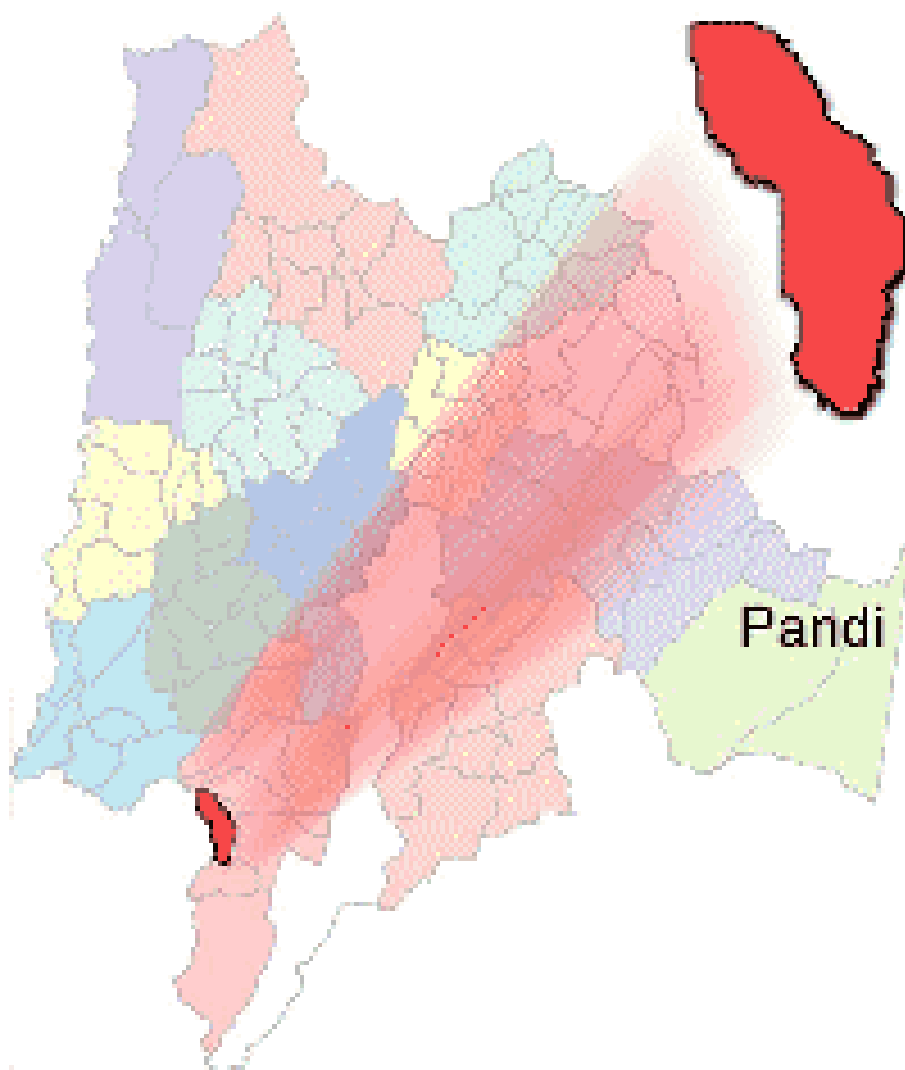


Figura 5. Ubicación del municipio de Pandi. (Rico, O., 2018)

### **Descripción física**

El municipio de Pandi se encuentra ubicado en la cordillera oriental que constituye la principal unidad física del oriente Andino, además por ser la más joven del sistema de montañas, la evolución de esta cordillera originó una estructura diversa y compleja, es decir, que existen numerosos ejes anticlinales y sinclinales como productos de unas fases de plegamientos.

### **Límites del municipio.**

Limita al norte con Arbeláez, al oriente con San Bernardo, al sur con Venecia y al occidente con Icononzo (Tolima).

Extensión total.

6.400 hectáreas km<sup>2</sup>

Extensión área urbana.

1219 Km<sup>2</sup>

Extensión área rural.

4386 Km<sup>2</sup>

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar).

Latitud 4, longitud 74 30` 00"

Temperatura media.

24 GRADOS C°

Distancia de Bogotá.

103 km

Vías.

El municipio de Pandi cuenta 4 vías de acceso, Arbeláez, Icononzo, Venecia y Boquerón (sector de Puerto Triunfo - Fusagasugá), con las cuales el municipio se beneficia de insumos. Las empresas que prestan el servicio de transporte son auto fusa y Cootransfusa, La comunicación terrestre con los otros asentamientos ya mencionados y centros poblados está limitada a una línea de colectivos intermunicipal y con las veredas por medios de camperos.

### **Municipio de Pandi Cundinamarca**

El municipio de Pandi, con un total de habitantes de 6725, está ubicado en el cañón del río Sumapaz en los límites de los departamentos de Cundinamarca y Tolima. Limita al Nororiente con el municipio de Arbeláez, al Oriente limita con San Bernardo, al sur limita con Venecia y al Norte limita con Icononzo. Pandi cuenta con cuatro vías de comunicación, siendo La principal vía de acceso la que constituye la carretera panamericana, desviándose a la altura del Boquerón; las otras tres vías hacen referencia a: Arbeláez, Icononzo y Venecia, con estas vías el municipio se ve beneficiado en su comunicación terrestre, pues todas estas se encuentran en buen estado para su uso.

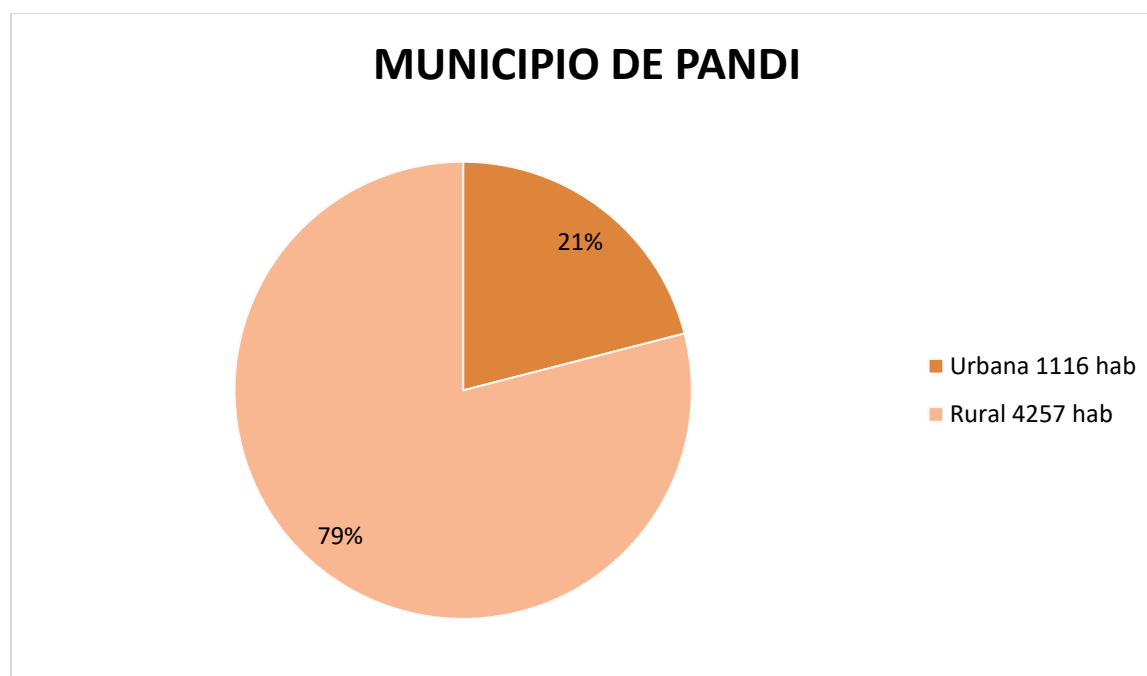
Se encuentra Ubicado a 103 kilómetros, con un tiempo de trayecto aproximado de dos horas y media de la capital colombiana. A este municipio solo se puede llegar por carretera, debido a su localización en medio de las cordilleras su único medio de comunicación es vía automovilística. Según y como lo establece la alcaldía municipal de Pandi; menciona que su composición etaria

está dividida de la siguiente manera: “Población de envejecimiento y vejez: lo compone el 15,1%, la población madura: esta compone el 41,16%, la comunidad de Pandi Juventud: lo compone el 5,83%, la comunidad. Primera infancia: lo compone el 35,33% de la comunidad”.

### Demografía

Tomando como eje la distribución poblacional del municipio de Pandi la alcaldía mayor municipal (2012-2015) dice que está establecido de la siguiente manera:

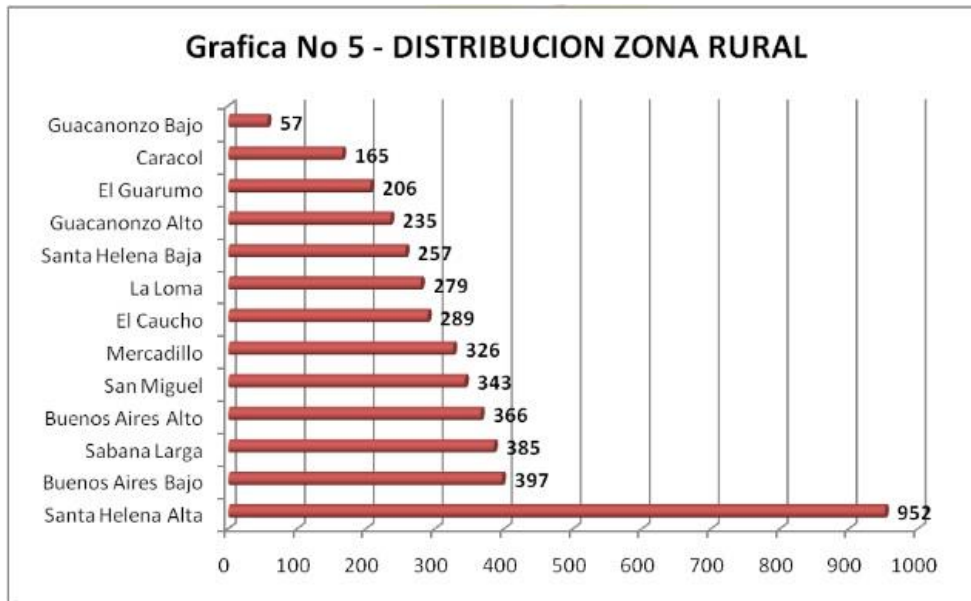
“[...] El 79% de la población (4257 habitantes) reside en la zona rural del municipio frente al 21% restante (1116 habitantes), que reside en la zona urbana. Es decir que la relación presente en el municipio es aproximadamente de 38 habitantes de la zona rural, por cada 10 habitantes residentes en el casco urbano del municipio”.



**Figura 6.** Distribución poblacional en el municipio de Pandi. Autoría propia.

Pandi cuenta con 13 veredas y su distribución según la alcaldía municipal, tal y como lo presenta el siguiente cuadro





**Figura 7.** Distribución zona rural. (Oficina de Aseguramiento-Alcaldía Municipal (2010))

## **Marco legal**

### **Ley 300 de 1996**

Esta ley señala en el título V que menciona y habla exclusivamente del turismo a nivel social y menciona en los siguientes artículos aspectos específicos de su propósito tales como:

“Artículo 32. Turismo de interés social, definición. Es un servicio público promovido por el Estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al ejercicio de su derecho de descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permitan realizar actividades de ocio esparcimiento, deporte y desarrollo cultural en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad”.

Este párrafo hace referencia a las personas o sociedades que tengan un ingreso mensual menor o inferior a 4 salarios mínimos vigentes.

“Artículo 33. Promoción del turismo de interés social. Con el propósito de garantizar el derecho a recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento de tiempo libre consagrado en el artículo 52 de la constitución política colombiana, el Estado promoverá el desarrollo del turismo de interés social. Para este efecto, el plan sectorial de turismo deberá contener directrices y programas de apoyo al turismo de interés social”.

Para lo anteriormente dicho el sector necesitara desarrollar y promover la participación de entidades que promueven las actividades de recreación a nivel del turismo social.

### **Plan de desarrollo regional (Cundinamarca)**

Se establece reglamentaciones y actividades para desarrollar a nivel regional por los adultos mayores, según y cómo podrán observar a continuación el artículo que contribuye a programas para la vejes y el envejecimiento:

El artículo 36 del plan de desarrollo de Cundinamarca hace referencia al programa de envejecimiento y vejes dentro del departamento el cual estipula lo siguiente:

“Este programa aplicará un enfoque diferencial que permita la atención integral a las personas mayores que se encuentren en condiciones y/o situaciones que aumentan su vulnerabilidad tales como la discapacidad, ser víctimas del conflicto armado y los desastres naturales; pertenecer a un grupo étnico, afro descendiente o población ROM, entre otros que determine la ley, para garantizar su desarrollo integral”.

Por otra parte, tienen los siguientes objetivos para que el desarrollo del programa se desarrolle con eficacia y eficiencia.

Objetivo 1. “Contribuir a las condiciones de desarrollo social, económico y cultural de las personas mayores para que alcancen una vejez digna, saludable e integrada, dentro del marco de la promoción, prevención y restitución de los derechos humanos con el objetivo de ampliar la esperanza de vida saludable, la productividad y la calidad de vida en la vejez”.

Objetivo 2. La meta contribuye a la disminución de los adultos mayores en condición de vulnerabilidad y abandono.

Objetivo 3. Establece unas estrategias para que la política de envejecimiento vejez sea tomada en cuenta a nivel departamental.

A su vez se estipula un número de sub-artículos del artículo 36 donde optan medidas para el refuerzo del programa viéndolo desde otros puntos de vista tales como (vulnerabilidad económica, salud y recreación).

### **Plan de desarrollo municipal de Pandi**

Se desea dar a conocer las implementaciones y avances que ha tenido el municipio ante el desarrollo del mismo. Llevándonos a interpretar que es apto y accesible para la implementación de un producto turístico.

**“trabajando por un desarrollo de equidad y confianza (2016-2019)”** tal y como se titula el plan de desarrollo municipal de Pandi dice que en turismo estipula que a pesar de que no cuenta con una planificación turística apta con el medio ambiente y otros aspectos, el municipio tiene las condiciones para lograr formarse como un destino turístico por excelencia.

Dado que su localización geográfica le permite ser un punto estratégico para el disfrute de diversas actividades turísticas; al encontrarse ubicado en la cordillera oriental de los andes, al final del valle de los Sutagaos y en la parte baja del páramo del Sumapaz, está dotado de diversos atractivos naturales, donde se puede desarrollar una interacción con el medio ambiente; lo cual ha dado para haberse constituido con, invaluable patrimonio cultural.

Pandi es conocido por ser el mejor clima del mundo, debido a que su clima hace un tiempo fue valorado y evaluado por un sabio alemán de nombre HUMBOLDT, registrando una temperatura de 23 grados sin variaciones, y por desde entonces Pandi fue reconocido bajo el nombre: “El valle de la longevidad”.

### **Ley 1251 del 2008**

El objeto de esta ley es el de promover, proteger y defender los derechos de los adultos mayores, también es el de orientar políticas que tomen en cuenta el proceso de envejecimiento y así poder regular el funcionamiento que prestan los servicios de atención y desarrollo integral de las personas en su vejez.

También desean poder establecer que los adultos mayores sean partícipes, tal y como lo explica el siguiente artículo:

#### Artículo 2º

“Fines de la ley. La presente ley tiene como finalidad lograr que los adultos mayores sean partícipes en el desarrollo de la sociedad, teniendo en cuenta sus experiencias de vida, mediante la promoción, respeto, restablecimiento, asistencia y ejercicio de sus derechos”.

El siguiente artículo nos indica los principios fundamentales donde se basa para así lograr el cumplimiento de esta ley:

#### **Artículo 4º.**

El siguiente fragmento nos indica y especifica los ámbitos a nivel general en las que los adultos mayores deben incluirse y desarrollarse ante el estado.

- a) “Participación Activa. El Estado debe proveer los mecanismos de participación necesarios para que los adultos mayores participen en el diseño, elaboración y ejecución de programas y proyectos que traten sobre él, con valoración especial sobre sus vivencias y conocimientos en el desarrollo social, económico, cultural y político del Estado”.

De otra forma también mencionan la existencia de ciertas características que intervienen en lograr establecer una mejor calidad de vida de esta población.

- b). “Corresponsabilidad. El Estado, la familia, la sociedad civil y los adultos mayores de manera conjunta deben promover, asistir y fortalecer la participación activa e integración de los adultos Mayores en la planificación, ejecución y evaluación de los programas, planes y acciones que desarrollen para su inclusión en la vida política, económica, social y cultural de la Nación”.

Como parámetro fundamental se desea promover la igualdad de oportunidades por lo que la ley especifica en concreto estos por menores:

- c). “Todos los adultos mayores deben gozar de una protección especial de sus derechos y las libertades proclamados en la Constitución Política, Declaraciones y Convenios Internacionales ratificados por Colombia, respetando siempre la diversidad cultural, étnica y de valores de esta población”.
- d)” Equidad. Es el trato justo y proporcional que se da al adulto mayor sin distinción del género, cultura, etnia, religión, condición económica, legal, física, síquica o social, dentro del reconocimiento de la pluralidad constitucional”.
- k) “Formación permanente. Aprovechando oportunidades que desarrollen plenamente su potencial mediante el acceso a los recursos educativos, de productividad, culturales y recreativos de la sociedad”.

A continuación, se hace un preámbulo donde se detalla que ya estaban estipulados ciertos criterios de protección ante la comunidad de los adultos mayores, en la constitución política como dice el siguiente artículo:

**Artículo 5°.**

“Enunciación de derechos. El Estado, de conformidad al artículo 13 de la Constitución Política, brindará especial protección a los adultos mayores que en virtud a su condición económica, física o mental se encuentran marginados y bajo circunstancias de debilidad y vulnerabilidad manifiesta, dando con ello aplicación al Estado Social de Derecho”.

De tal manera esto daría paso a la creación de planes, programas y acciones que promovieran las condiciones de igualdad, dando así el cumplimiento de los derechos consagrados para esta sociedad tal y como está establecido en la constitución nacional y otros convenios y tratados internacionales.

De modo similar también ésta ley destaca unos deberes que tiene el estado, la sociedad civil, los medios de comunicación y la familia deben cumplir para con esta comunidad, tal y como lo explica el siguiente artículo:

**Artículo 6°.**

*Deberes*

- a) Garantizar y hacer efectivos los derechos del adulto mayor
- c) Asegurar la adopción de planes, políticas y proyectos para el adulto mayor.
- d) Generar espacios de concertación, participación y socialización de las necesidades, experiencias y fortalezas del adulto mayor.
- f) Elaborar políticas, planes, proyectos y programas para el adulto mayor, teniendo en cuenta las necesidades básicas insatisfechas de los más vulnerables.
- h) Proporcionar al adulto mayor espacios de recreación, cultura y deporte;
- j) Respetar las vivencias, cultura, tradiciones y expresiones de los adultos mayores.
- k) Promover la participación de los adultos mayores en la discusión, diseño, formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos de interés para la familia, la sociedad y el Estado.

Así mismo mediante la política nacional de envejecimiento y vejez, esta es responsable de la planificación, coordinación, ejecución y seguimiento del adulto mayor los cuales tienen como objetivo el mejoramiento de la calidad de vida de esta comunidad tal y como se especifican en el siguiente fragmento:

**Artículo 7°.**

*Objetivos:*

1. Mejorar la calidad de vida de los adultos mayores como miembros de la sociedad, de manera preferente la de aquellos más pobres y vulnerables.
3. Construir y desarrollar instrumentos culturales que valoren el aporte de los adultos mayores y faciliten la transmisión de sus habilidades y experiencias a las nuevas generaciones.
4. Alcanzar la plena integración y participación de los adultos mayores en el desarrollo económico, social, político y cultural de la Nación, reconociendo el trabajo intergeneracional que cumplen en la sociedad.
5. Construir mecanismos de concertación, coordinación y cooperación en las distintas instancias del poder público y de la sociedad civil en la promoción, protección, restablecimiento y garantía de los derechos de los adultos mayores.
6. Transversalidad la política haciendo del adulto mayor parte integral en los planes, programas, proyectos y mecanismos de trabajo de la Administración Pública.
7. Exigir una prestación de servicios con calidad al adulto mayor en todos sus ámbitos.
8. Promocionar una cultura de respeto al adulto mayor dentro de la sociedad y la familia.
9. Promoción de entornos saludables, de accesibilidad y el acceso a la habilitación/rehabilitación del adulto mayor.

### **Política del turismo social**

Del mismo modo encontramos esta política la cual se propone a partir de la necesidad de establecer una coordinación con diversas entidades que tienen competencias por área, dándole un enfoque especial y prioridad con grupos que tengan un alto grado de vulnerabilidad en la población colombiana. De esta forma se informa lo siguiente:

“Persona mayor Según los datos del DANE - Censo 2005, en Colombia habitan aproximadamente 41.468.384 personas, de los cuales el 6.3% (2'612.508), es mayor de 60 años. Este grupo poblacional debe verse como primordial dentro de los programas de turismo social, debido a su alta tendencia a la inactividad, lo cual configura focos de atención de salud pública. Por tal motivo, se deben generar proyectos que promuevan el envejecimiento activo o no sedentario, en donde el turismo juega un papel muy importante como factor de recreación y aprovechamiento del tiempo libre, al tiempo que puede ayudando a dignificar su condición de persona mayor. En este sentido, se busca promover que este grupo poblacional, se beneficie en el acceso de vacaciones con planes acordes a su condición y preferencias, en concordancia con la actual Política de envejecimiento y Vejez, formulada por el Ministerio de la Protección Social.

## **Capítulo I: Caracterización de la población del adulto mayor de la fundación centro noche Restrepo 2**

En este capítulo se expondrá los componentes y características que tiene la población del adulto mayor a nivel nacional y de la fundación en estudio, no solo de forma característica de lo que son y que hacen, sino de los aspectos económicos, sociales, de salud que tienen en la actualidad.

### **Colombia Mayor**

Es una entidad entre sociedades fiduciarias del sector público, que tiene por objeto administrar los recursos del Fondo de Solidaridad Pensional. De esta forma en su calidad de administrador fiduciario del Fondo de Solidaridad Pensional tiene a cargo las subcuentas de solidaridad y subsistencia, con las que financia el Programa de Subsidio al Aporte en Pensión y el Programa de Solidaridad con el Adulto Mayor, Colombia Mayor.

El gobierno y Colombia mayor cuentan con un Fondo de Solidaridad Pensional y poseen una cuenta especial de la nación donde la población que no cuenta con un buen ingreso económico y no poseen o adquieren un sistema de seguridad social, les es otorgado éste subsidio económico para la protección de sus derechos en este caso a la población del adulto mayor.

Para ser beneficiario de este subsidio económico se necesita:

1. Ser colombiano.
2. Haber vivido durante los últimos 10 años en Colombia.
3. Tener mínimo tres años menos a la edad que se requiere pensionarse ( 54 para mujeres y 59 para hombres).
4. Pertenecer a los niveles 1 y 2 del SISBEN
5. No tener ingresos suficientes para subsistir.

Se trata de personas que se encuentran en cualquiera de las siguientes situaciones:

- Vivan en la calle
- Vivan solas y su ingreso es igual o inferior a medio salario mínimo mensual legal vigente.
- Vivan con la familia y el ingreso sea igual o inferior a (1) salario mínimo mensual legal vigente
- Vivan en un centro de bienestar del adulto mayor (CBA) o asisten como usuarios a un centro mayor diurno (CD).

Gustavo Petro El alcalde Mayor de Bogotá en el año 2015 en el tiempo de su gobierno, entregó 14 Centros Día–Noche para la atención integral de adultos mayores en las localidades de Bosa, Los Mártires, Santa Fe, Puente Aranda, Kennedy, Usaquén, Suba, Engativá, San Cristóbal, Sumapaz, Ciudad Bolívar y Barrios Unidos. Donde la disponibilidad es de 90 cupos en el día y 98 en la noche. Allí las personas mayores tienen todas las herramientas para potencializar sus habilidades. Los beneficiarios del Centro en la noche son adultos mayores que no cuentan con espacios adecuados para ellos.

### **Fundación centro noche Restrepo 2**

Es un servicio social y transitorio donde buscan garantizar un alojamiento seguro para personas mayores y que no cuenten con un domicilio permanente, con el fin de garantizar la restitución de derechos a través de cumplir con la satisfacción de sus necesidades básicas como: dormitorios, alimentación, recreación acciones que promueven un envejecimiento activo.

Estos servicios se brindan a las personas que no cuentan con unas condiciones de calidad de vida o presenten algún tipo de discriminación, segregación socioeconómica, que carecen o no cuentan con pensión u ingresos para lograr subsistir y satisfacer sus necesidades básicas.

En este momento se encuentran 60 usuarios de los cuales 53 son hombres y 7 son mujeres, que su rango de edad se encuentran desde los 60 años. Y allí reciben atención y servicios tales como: psicosocial, nutricional, terapias ocupacionales, trabajadores sociales, artes y psicología.

### **Condiciones de vida**

Según este documento da una muestra del 2016 expone el nivel de vida en aspecto económico que tiene la población del adulto mayor, tal y como lo estipula el siguiente autor, Barómetro de las Américas dice:

“[...] observó que el porcentaje más alto de encuestados que viven en hogares donde no les alcanza y tienen dificultades o grandes dificultades son los adultos mayores (69.8 %). Esto puede indicar la situación de precariedad en la viven mayormente los ancianos, respecto a otros grupos poblacionales. En esta situación, se encuentra el 38.7 % de los jóvenes y el 56.2 % de los adultos.

Damos cuenta que, respecto otros grupos etarios, la capacidad económica de los hogares en que viven las personas mayores de 60 años es menor”

En otro lugar, cabe resaltar que condición y calidad de vida son el mismo término y pues estos abarcan los siguientes ámbitos, tal como lo expone la organización mundial de la salud (2012) dice:

“la percepción individual de la posición en la vida, en el contexto de la cultura y sistema de valores en el cual se vive y su relación con las metas, expectativas, estándares e intereses”



Del mismo modo expone que esta se compone de 6 dimensiones fundamentales las cuales son:

1. Dominio físico
2. Dominio psicológico
3. Nivel de independencia
4. Relaciones sociales
5. Medio ambiente
6. Espiritualidad

Existen autores que comentan que la calidad de vida del adulto mayor está relacionada con la salud del mismo y el entorno que lo rodea tal y como se especifica con los autores, Melguizo, Acosta y Castellano (2012) dicen:

“es la calidad de vida relacionada con salud del adulto mayor medida en las diferentes dimensiones; Ga es el sexo al que pertenece el adulto mayor; ESTa es el estrato socioeconómico al cual pertenece; ECIVa es el estado civil del adulto mayor; ESCa es la escolaridad que posee el adulto mayor; CLa la condición laboral con que cuenta y PHa es el número de personas en el hogar del adulto mayor”.

De este modo se puede denotar que la calidad de vida de la sociedad sea cual sea, se ve enfatizada ante su entorno sociodemográfico; pues este es aquel que abarca todos los aspectos y detalles de la vida de las personas.

Por consiguiente los componentes específicos para dar una clara idea de la calidad de vida de una persona se refiere a: el bienestar físico, bienestar social, bienestar mental y no es simplemente expuestos como la definición de calidad de vida donde se dice que es ausencia de enfermedad o dolencia, siendo este solo un aspecto global de uno de los componentes de las condiciones y condición de vida de una persona.

Aunque el envejecimiento solo es una de las etapas de la vida es una condición ineludible de los seres humanos. Con el fin de mejorar las condiciones de vida ante esta situación las personas deben ser capaces de tener mecanismos adaptivos psicológicos y sociales para de esta forma compensar con las limitaciones que se presenten. Colombia ante la masificación de la población del adulto mayor ha desarrollado un programa el cual tiene como nombre “Colombia Mayor”, al cual el gobierno le destinó el 0,4% del PIB, y plantean potenciar los beneficios económicos ante un subsidio de incentivos de ahorro voluntario.

Siendo el sector económico la fuente de estudio, se debe tener en claro que no toda la población de adultos mayores cuenta con un ingreso ya sea por motivos pensionales o subsidio familiar, aun

así, para esto crearon el programa de Colombia mayor, para que de ésta forma toda la población del adulto mayor no estuviera en desamparo por hechos económicos.

### **Pensión de vejez**

No todas las personas de la sociedad como adulto mayor cuentan con una pensión por trabajo, algunos y la mayoría cuenta con un subsidio que les brinda el gobierno bajo ciertos parámetros que se expondrán a continuación, dice el consorcio Colombia Mayor:

“Los adultos mayores de bajos recursos que tengan protección de Centros de Bienestar del Adulto Mayor, los que vivan de la caridad pública, los indígenas de escasos recursos que residen en resguardos o quienes no aplican la encuesta SISBEN, podrán ser identificados mediante un listado censal elaborado por la entidad territorial o la autoridad competente.

Del mismo modo se plantean unas modalidades para que se lleve a cabo el subsidio como son:

Subsidio económico directo: consiste en un beneficio otorgado en dinero que es entregado a la población de la tercera edad que cumpla con los requisitos establecidos y el cual es intransferible y el Subsidio económico indirecto: es el que se otorga en servicios sociales básicos y se entrega a través de los Centros de Bienestar del Adulto Mayor (CBA), centros día.

Como resultado de este consorcio de Colombia mayor, a cada adulto mayor se le brinda un subsidio cada dos meses entre \$80.000 a \$150.000 pesos, esto varía según el municipio o departamento en el que se encuentre la persona.

### **Características adulto mayor**

Principalmente cabe destacar que cada etapa por la que pasa un ser humano trae consigo necesidades que se adaptan en ella y en cada etapa transcurrida estas necesidades se transforman, se mencionaran unas de las características básicas que tiene esta población ante el entorno donde se desarrollan, tal y como dice, Acero (2015):

“Cambios fisiológicos: las células envejecen, cambia la estructura corporal, se pierde elasticidad e hidratación en la piel (aparecen las arrugas). Cambios en la salud: aumenta la prevalencia de enfermedades (morbilidad y mortalidad). Cambios en la eliminación: pueden aparecer incontinencias, que tienen consecuencias psíquicas y sociales muy importantes para el anciano. Cambios en la actividad: el ritmo de ejercicio disminuye, si bien es más necesario que nunca que el individuo se mantenga activo. Cambios en el sueño: el patrón de descanso cambia, el individuo no sigue rutinas. Cambios en la percepción: los órganos de los sentidos pueden verse afectados, lo que lleva a problemas sensoriales (sordera, problemas de visión..) Cambios sociales: las relaciones sociales y los roles son distintos, incluso dentro de la familia. Muchas veces la persona tampoco se implica activamente en la sociedad. Cambios

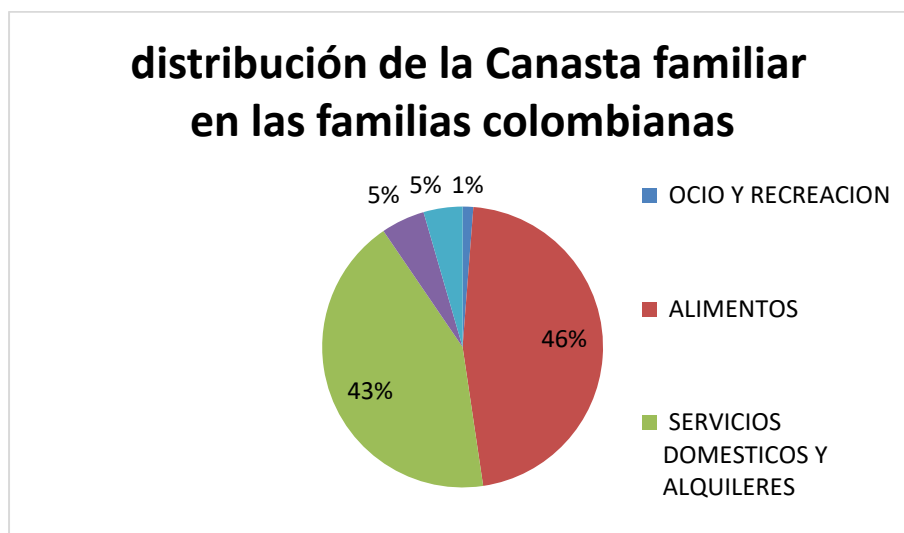
en auto concepto: la actitud, la identidad, así como la imagen corporal de uno mismo cambia, y suele ser negativa. Disminuye la autoestima”.

### Canasta familiar

Es el conjunto de bienes y servicios los cuales son adquiridos por las familias para el mantenimiento de sus necesidades básicas tales como lo son la alimentación, recreación, salud.

Además de formar parte fundamental para el cálculo de los índices de precios generales para los bienes del país. La canasta familiar aplica para todos los hogares nacionales, sin importar su condición socioeconómica; estas son algunas de las definiciones que podremos encontrar en un sin número de espacios web, pero para entrar en detalle buscamos la principal fuente verídica de los datos el Dane el cual nos dice:

“La canasta familiar, es un conjunto de bienes y servicios que son adquiridos de forma habitual por una familia para su sostenimiento, en cuanto a su composición (número de integrantes) y con unas condiciones económicas medias. Los datos de precios de la canasta familiar los obtiene el DANE tomando como referencia aproximadamente a veinte mil establecimientos que incluyen viviendas y sitios de comercio minorista”.



**Figura 8.** Distribución canasta familiar. (Datos tomados del plan estadístico nacional (2017))

Por lo tanto, tras ver la estadística anterior, podemos decir que el ocio y la recreación no toma mayor relevancia dentro del presupuesto cotidiano de las personas, y ya entraría en un tema netamente de la economía conductual, pero al ser tan alto el valor de la manutención del hogar referente a (alimentación, servicios e implementos), las personas no tienen la capacidad económica para poder llevar a cabo su derecho al ocio y la recreación.

## **Encuesta nacional de hogares en Colombia**

Esta encuesta es la encargada de informar y hacer un análisis de cómo están las personas a niveles socioeconómicos y otras implicaciones de manera nacional, la encargada de recolectar esta información es el departamento administrativo nacional de estadística (Departamento administrativo nacional de estadística) (2017), dice:

“[...] Durante la década de 1970, se dio inicio a la denominada Encuesta Nacional de Hogares (ENH), la cual fue concebida como un sistema de encuestas de múltiples propósitos que tenía como fin producir estadísticas básicas relacionadas con las situaciones: demográfica, social y económica de la población colombiana”.

En la encuesta (anexo# I) podemos analizar que los gastos de la población en lo que se refiere a conceptos de paquetes turísticos son de \$114.249 millones de pesos que tendría un promedio de \$272.000 por hogar, tomando en cuenta la cantidad de personas que tienen acceso a recursos para poder invertir en este tipo de actividades. Es una cantidad muy significativa ya que indica la importancia de la realización de actividades turísticas por parte de los hogares colombianos.

### **Formato encuesta a los adultos mayores**

Las siguientes preguntas hacen parte del formato de encuesta con el fin de poder interpretar y lograr establecer cuáles serían el mejor tipo de actividades y turismo que las personas sujetos de estudio desean y pueden realizar en un viaje turístico, además de caracterizar los ámbitos pertinentes a su situación de vida desde cómo viven y cuál es su estado de salud y económico. Esto nos permite evidenciar y resaltar aspectos y características de importancia analítica que nos llevan a la conclusión y determinación de que actividades son realizables en el municipio de Pandi por la población del adulto mayor del centro noche Restrepo 2.

### **Resultados de las encuestas**

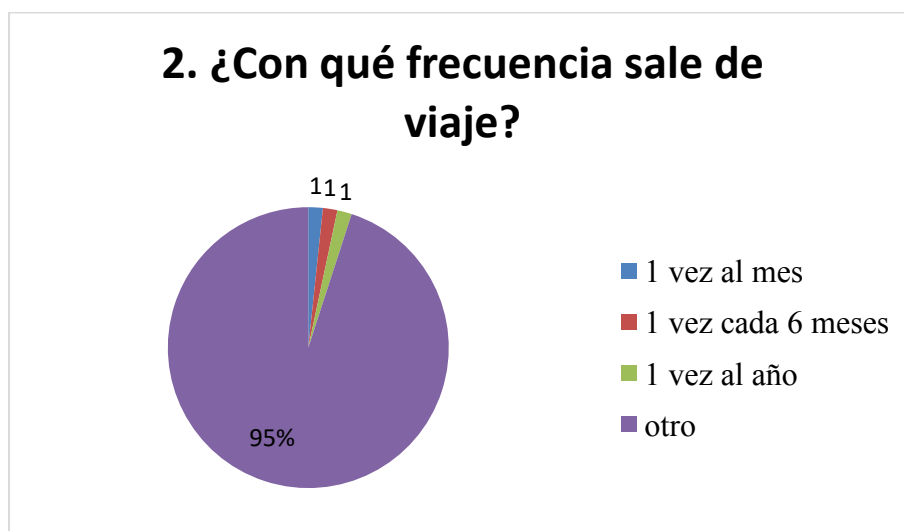
#### **Primera pregunta.**



**Figura 9.** Pregunta 1. Autoría propia.

El total de la población encuestada, no cuenta con el apoyo de algún miembro de su familia. Se puede evidenciar el desprendimiento familiar por la avanzada edad y el posible grado de inutilidad, improductividad y gastos que pueden generar las personas que llegan a estos rangos de edad.

**Segunda pregunta.**



**Figura 10.** Pregunta 2. Autoría propia.

Más de la mitad de los encuestados no han salido de viaje en mucho tiempo, y el único adulto mayor que sale una vez al mes es representado por motivos de trabajo. Mostrando así que el ocio o turismo no es una de las prioridades para esta población, este caso es entendible estableciéndolo desde el punto de vista económico que realmente no da los recursos suficientes para poder invertir en gustos personales y de realización.

### Tercera pregunta.



**Figura 11.** Pregunta 3. Autoría propia.

El total de la población encuestada no ha experimentado ningún tipo de inconveniente en sus viajes pasados. Esto se debe a la poca frecuencia de viaje por parte de esta comunidad, ya que como los viajes son escasos, los inconvenientes generados son mínimos y casi inexistentes. En situaciones de alta frecuencia podrían desarrollarse imprevistos que ayudarían a la prevención de estos mismos, para tenerlos en cuenta en el diseño de ruta e itinerario como servicios adicionales necesarios para la prestación del servicio.

### Cuarta pregunta.

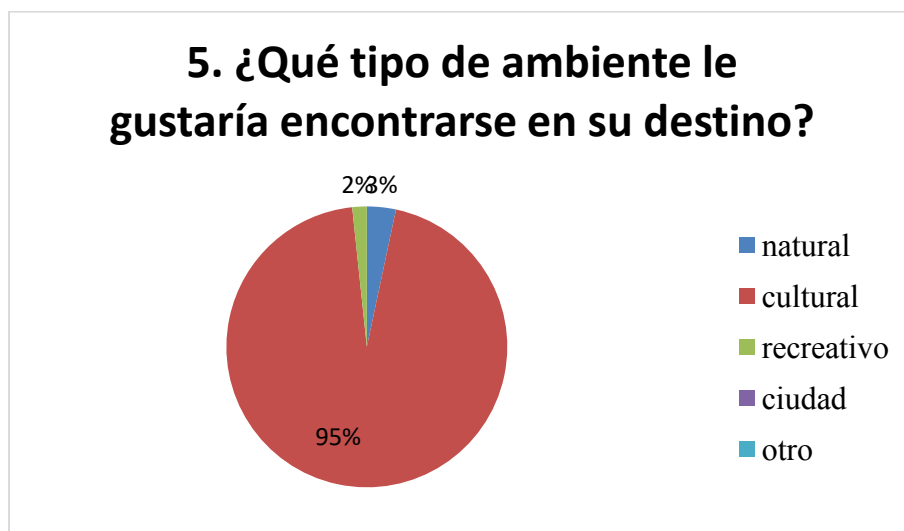


**Figura 12.** Pregunta 4. Autoría propia.

Para el 97% de la población encuestada lo principal es saber en cuánto presupuesto tendrán que utilizar para la realización del viaje, todo esto a que ellos no cuentan con una buena economía. Solo

un mínimo porcentaje de esta población toma en cuenta otras variables como son el tipo de actividades y de clima que presenta el destino.

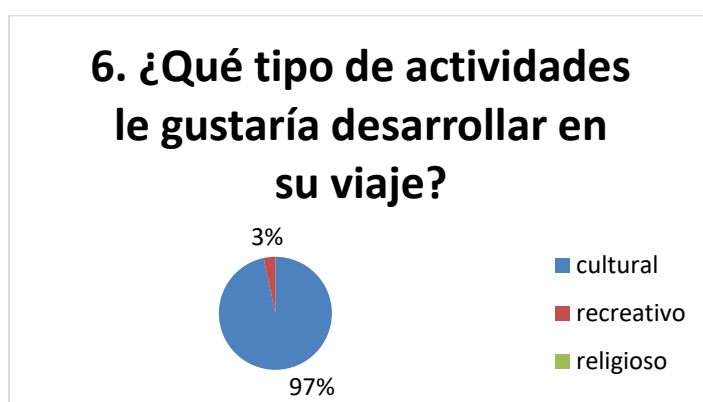
#### Quinta pregunta.



**Figura 13.** Pregunta 5. Autoría propia.

El mayor porcentaje de la población encuestada, prefieren viajar por motivos culturales y de conocimientos. La población de adulto mayor tiene cierta inclinación y gusto por las actividades que enriquecen el conocimiento y al mismo tiempo generan experiencias nuevas, estas son abarcadas por un entorno cultural, es de suma importancia tener presente este tipo de turismo presente en el producto turístico a diseñar.

#### Sexta pregunta.

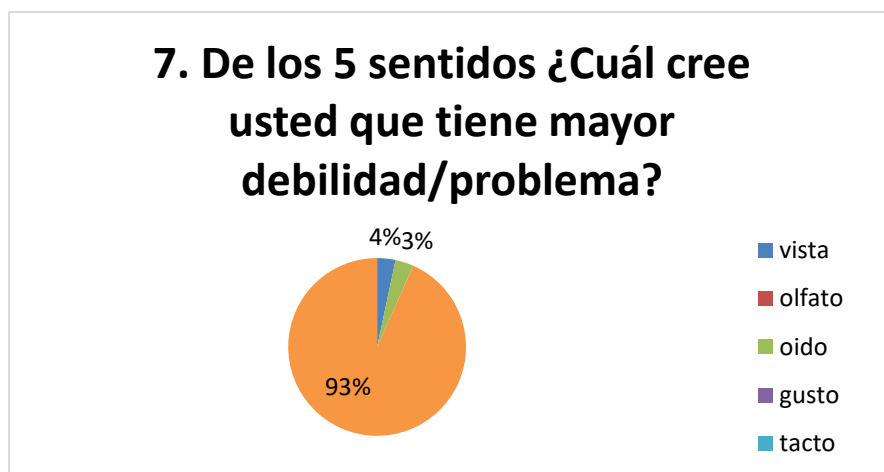


**Figura 14.** Pregunta 6. Autoría propia.

Con base a la anterior pregunta ellos dieron una serie de respuestas referentes al porque y que actividades les gustaría realizar donde unas de sus respuestas fueron: monumentos, galerías, y todo aquello que les produzca un poco de conocimientos, por otra parte dos personas escogieron

recreativo donde especificaron que les gustaría lo relacionado a ejercicios en piscina. Si bien los ejercicios de relajación y enfocados a la salud y bienestar del cuerpo, son una de las mejores opciones para una población de edad avanzada, se puede observar como los gustos predominan ante la situación corporal que presentan este grupo de personas.

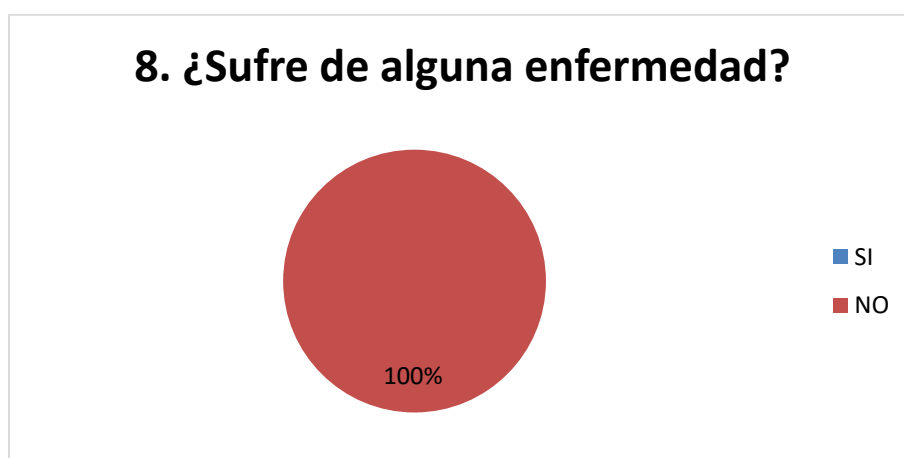
#### Séptima pregunta.



**Figura 15.** Pregunta 7. Autoría propia.

De los adultos mayores encuestados el 93% cuentan con un perfecto estado de salud, solo un 7% corresponden a una disminución de sentidos de oído y vista. Si bien esta información no es del todo verídica, hay que tener en cuenta el factor psicológico con el que cuentan estas personas, donde se sienten presionados por su edad que cada vez dificulta más la realización de acciones cotidianas y que por las que seguramente al entrar a una edad de improductividad, tratan esmeradamente de demostrar que su estado actual no representa dificultad alguna para ellos.

#### Octava pregunta.



**Figura 16.** Pregunta 8. Autoría propia.



El total de la población no sufre de ningún tipo de enfermedad o condición que afecte su salud. La situación de la comunidad en cuanto a su salud demuestra que ninguno padece de una enfermedad grave o de condición especial, haciendo que todos estén aptos para desarrollar actividades de bajo rendimiento en actividades turísticas.

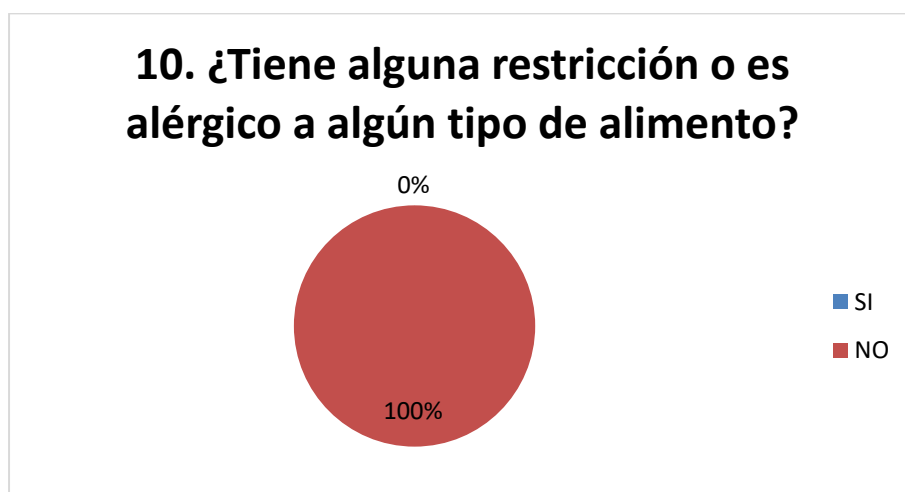
**Novena pregunta.**



**Figura 17.** Pregunta 9. Autoría propia.

Ninguno de las personas encuestadas consume o depende de algún tipo de medicamento. Esto facilita la labor de las enfermeras o acompañantes, y facilita la programación y realización de un itinerario con un mínimo rango de imprevistos.

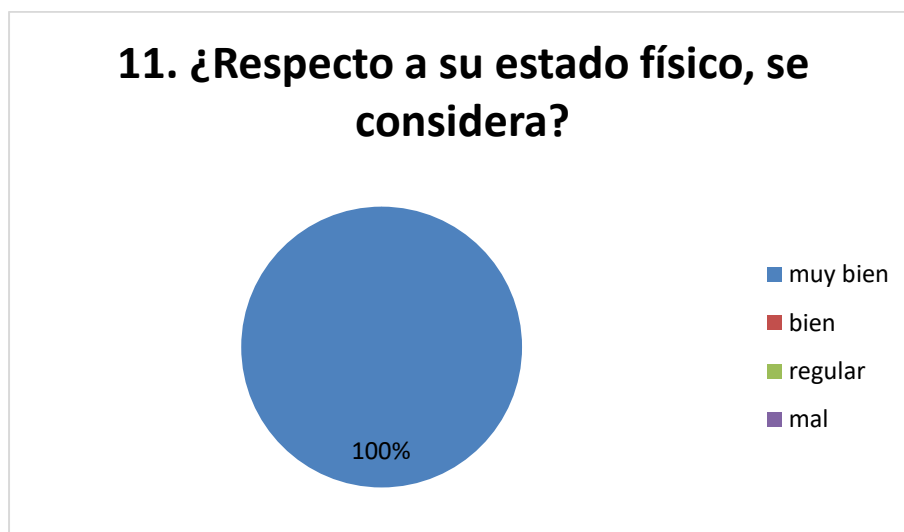
**Décima pregunta.**



**Figura 18.** Pregunta 10. Autoría propia.

Ninguna de las personas encuestadas hasta el día de hoy sufre de alguna restricción o alergia en algún tipo de alimentos. Haciendo que la prestación de servicios de alimentos y bebidas no se vea limitada.

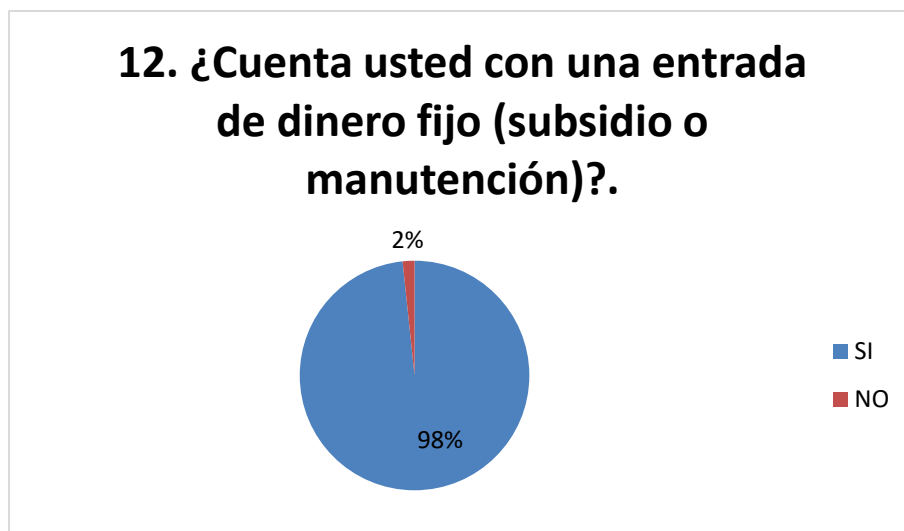
**Onceava pregunta.**



**Figura 19.** Pregunta 11. Autoría propia.

Según en consideración de su sentir y pensar ellos adoptan el estado de estar completamente bien ya que no tienen ningún tipo de condición que los afecte.

**Doceava pregunta.**



**Figura 20.** Pregunta 12. Autoría propia.

La población encuestada cuenta con una entrada de dinero fijo el cual corresponde al subsidio que da el estado a los adultos mayores, correspondiente al valor de \$150.000 mensual y tres de

ellos tienen trabajo informal como (venta de dulces y cantar en el transporte público) y solo uno de los adultos mayores no cuentan con ningún tipo de entrada de dinero.

### **Análisis de la encuesta**

Según los resultados que obtuvimos de las entrevistas a las personas de la tercera edad de la fundación Centro noche Restrepo 2, logramos establecer la caracterización de esta población y saber que:

Pueden desarrollar todo tipo de actividades acordes a su edad, dado que ninguno padece de alguna limitación o condición que le impida desarrollarse de forma recreativa; Un alto porcentaje de los adultos prefieren las actividades culturales y de conocimiento; el ambiente que ellos prefieren es el natural para lograr un cambio en sus actividades habituales; también se logró confirmar y reafirmar que son personas con un alto grado de vulnerabilidad, debido a que prácticamente están solas en el mundo y sobreviven del subsidio que les brinda el gobierno de Colombia y solo un mínimo de personas trabajan en la informalidad ya sea vendiendo dulces, o subiéndose al transporte público pidiendo ayuda monetaria.

En la determinación de la información relevante en atractivos relacionados con la encuesta practicada a los adultos mayores de la fundación centro noche Restrepo 2, podemos evidenciar que los atractivos de recorrido por el parque central de Pandi contará con la guía de historia y acontecimientos del municipio y la visita al puente natural donde se relatarán las leyendas de este atractivo natural y diversas tradiciones culturales de la población nativa. Son acordes y viables para que las personas encuestadas puedan y estén a gusto realizando las actividades que formarán parte del producto turístico que se quiere diseñar.

## **Capítulo II. Análisis potencialidades del municipio de Pandi**

### **Inventario turístico**

Cuando se habla del inventario turístico este debe involucrar los escenarios naturales, culturales y recreativos, el patrimonio vivo, el patrimonio monumental, la gastronomía, las artesanías, los productos propios y las prácticas, costumbres y tradiciones de la comunidad.

Dice el Ministerio de Cultura (2001), que el inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente de tal manera que éste se encuentre actualizado.

Todo inventario presenta dos características fundamentales, las cuales son:

- Constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico.
- Debe ser claro, abierto y dinámico, permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación actual.

Según López. (2012) se estipula que el principal objetivo del inventario turístico, es conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país, a fin de que sirva de base para el desarrollo. De igual manera, el propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismo, con base a la información del inventario. Antes de realizar un inventario, es importante y necesario definir el ámbito territorial, el mismo que nos indicará el área de estudio tal y como lo indica:

- A nivel Local, se refiere a que el estudio considera a una parte de un territorio municipal, comunal o de una ciudad específica.
- A nivel Regional, este contempla como ámbito geográfico para estudiar, a una región determinada.
- A nivel Nacional, cuando el estudio abarca todo territorio del país.

### **Formatos de inventarios de atractivos turísticos del municipio de Pandi**

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 1. Sitios naturales**

**1. GENERALIDADES**

1.1 nombre	Piscina natural		1.3 municipio	Pandi
1.2 Departamento	Cundinamarca			
1.4 Corregimiento, vereda o localidad				
1.5 administrador o propietario				
1.6 dirección/ubicación	via principal de pandi			
1.7 telefono/fax				
1.8 Distancia	15 minutos caminando desde el parque principal		1.9 Tipo de Acceso	
			terrestre	X
			Acuatico	
			Ferreo	
			Aéreo	

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1 Código asignado 7.2.1.1 Patrimonio material – bienes muebles e inmuebles

2.2 Descripción

Este bello atractivo proviene del cause de la quebrada Grande  
 Se trata de una piscina cristalina, profundidad de 50 cm- hasta 3 mts  
 cuenta con chorros artificiales que brindan hidroterapia.  
 rodeado por un majestuoso ambiente natural.



3. Puntajes de valoración		Puntuación
jerarquia I		
<b>CALIDAD</b>		
estado de conservación		21
constitucion del bien		21
representatividad General		20
	subtotal	62
<b>SIGNIFICADO</b>		
local, Regional, Nacional		20
	total	82

Fuente: Jessica Tatiana Rocha Lara

Diligenciado por: Jessica Tatiana Rocha Lara Municipio de Pandi Cundinamarca Fecha: Septiembre 29 del 2018

Figura 21. Inventario #1. Autoría propia.

**FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**  
**FORMULARIO 2. Sitios naturales**

**1. GENERALIDADES**

1.1 nombre	Piscina azufrada		1.3 municipio	Pandi	1.9 Tipo de Acceso				
1.2 Departamento	Cundinamarca				terrestre	X	Acuatico	Ferreo	Aéreo
1.4 Corregimiento, vereda o localidad									
1.5 administrador o propietario									
1.6 dirección/ubicación	km3 via icononzo								
1.7 teléfono/fax									
1.8 Distancia	20 min caminando desde el parque principal								

**2. CARACTERÍSTICAS**

2.1 Código asignado	7.2.1.1	Patrimonio material - bienes muebles e inmuebles
---------------------	---------	--

## 2.2 Descripción

sitio de interés natural atrae a visitantes que quieren relajarse y mejorar su salud. Formada desde hace más de 70 años ubicada entre las montañas, de ella brota agua azufrada poseedora de un importante poder medicinal contra enfermedades de la piel, el reumatismo y la artritis. El lugar cuenta con chorros para hidromasajes, zona de camping, restaurante y un bellissimo paisaje que lo circunda.



3. Puntajes de valoración		Puntuación
jerarquía I		
<b>CALIDAD</b>		
sin contaminación del aire		10
sin contaminación del agua		10
sin contaminación visual		10
estado de conservación		10
diversidad		10
	subtotal	50
<b>SIGNIFICADO</b>		
local, Regional.		10
	total	60

Fuente: Jessica Tatiana Rocha Lara

Diligenciado por:	Jessica Tatiana Rocha Lara	Municipio de Pandi Cundinamarca	Fecha:	Septiembre 29 del 2018
-------------------	----------------------------	---------------------------------	--------	------------------------

**Figura 22.** Inventario #2- Autoría propia.



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS				
FORMULARIO 3. Sitios naturales				
<b>1. GENERALIDADES</b>				
1.1 nombre	Puente natural			
1.2 Departamento	Cundinamarca	1.3 municipio	Pandi	
1.4 Corregimiento, vereda o localidad				
1.6 dirección/ubicación	une a los departamentos de Cundinamarca y Tolima.			
1.7 teléfono/fax				
1.8 Distancia	20 minutos en carro desde el parque principal		1.9 Tipo de Acceso	
		terrestre	X	Acuatico
				Ferreo
				Aéreo
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>				
2.1 Código asignado	1.1.4.2		Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	
2.2 Descripción				
Este destino impacta a los visitantes debido a su carácter único y las míticas historias que giran en torno a su construcción.				
Una de las leyendas más difundidas por los habitantes indica que el diablo tropezó con una gran roca, y con furia la pateó y esta quedó enclavada entre las peñas que se ubican a los dos lados del río Sumapaz, dando origen a la gran abismo que puede observarse al llegar al borde del puente.				
En el año 1924 se realizó una imponente obra sobre la formación rocosa a 146 metros sobre el nivel del río.				
<b>3. Puntajes de valoración</b>				
jerarquía I			Puntuación	
<b>CALIDAD</b>				
estado de conservación			21	
constitución del bien			21	
representatividad General			28	
			subtotal	70
<b>SIGNIFICADO</b>				
local, Regional, Nacional			28	
			total	98
Fuente: Jessica Tatiana Rocha Lara				
Diligenciado por:	Jessica Tatiana Rocha Lara	Municipio de Pandi Cundinamarca	Fecha:	Septiembre 29 del 2018



Figura 23. Inventario #3. Autoría propia.


FORMATO UNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURISTICOS				
FORMULARIO 4. Sitios naturales				
<b>1. GENERALIDADES</b>				
1.1 nombre	mirador la Chapa	1.3 municipio	Pandi	
1.2 Departamento	Cundinamarca			
1.4 Corregimiento, vereda o localidad				
1.5 administrador o propietario				
1.6 dirección/ubicación	Vereda Santa Helena Alta - Vía San Bernardo			
1.7 teléfono/fax				
1.8 Distancia	40 minutos en carro desde el parque principal	1.9 Tipo de Acceso		
		terrestre	X	Acuatico
				Ferreo
				Aéreo
<b>2. CARACTERISTICAS</b>				
2.1 Código asignado	1.1.4.2	Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico		
2.2 Descripción	<p>En el punto más alto del municipio es posible encontrar este bello atractivo, el Mirador La Chapa, lugar desde el cual se logra una vista privilegiada de Pandi, además del cañón del río sumapaz, los nevados del Tolima, Ruiz y Santa Isabel y los municipios Icononzo, Venecia y Fusagasugá.</p>			
<b>3. Puntajes de valoración</b>				
jerarquía				Puntuación
	<b>CALIDAD</b>			
estado de conservación				21
constitución del bien				21
representatividad General				28
		subtotal		70
	<b>SIGNIFICADO</b>			
local, Regional, Nacional				20
		total		90
				
Fuente: Jessica Tatiana Rocha Lara				
Diligenciado por:	Jessica Tatiana Rocha Lara	Municipio de Pandi Cundinamarca	Fecha:	Septiembre 29 del 2018

Figura 24. Inventario #4. Autoría propia.



## Gastronomía

El municipio de Pandi cuenta con una variedad de alimentos donde encontramos los platos emblemáticos como:

- Sopa de arroz con menudo (panza de res).
- Cocido pandinense
- Envuelto pandinense “Abiao”, envuelto en hojas de bijao
- Arepa frita.
- Fritanga




“**Abiao**” es uno de los platos más típicos y este fue una creación de la señora Griselda Acero Velásquez en el año del 2002; esta receta es a base de yuca, papa, plátano verde, mazorca y contiene las 3 carnes, todo esto se envuelve y se cocina en una hoja de Bijao; dejando así un sabor único. A pesar de ser platos típicos cundimarqueses lo que los diferencia es la preparación e ingredientes de acuerdo a sus tradiciones. Una de las frutas típicas de Pandi son las mandarinas ya que estas se pueden encontrar en varios lugares y atractivos del municipio.

Otros de los productos típicos más representativos son:

- El plátano verde
- Yuca
- Papa sabanera
- Papa criolla
- Balú o chachafruto
- Mazorca
- Alverja
- Zanahoria
- Cebolla larga y cabezona
- Gallina, cerdo y res

Como bebidas típicas encontramos jugos a base de tomate de árbol, mandarina, naranjas, limón, mora, gulupa, como otras bebidas esta: el guarapo y la chicha.

## 10.1. Análisis de las entrevistas

Preguntas	Hotel centro turístico Costa Azul	Hotel Rey dorado	Hotel Villa luz	Restaurante Pandinense
Fotografía del sitio				(sin fotografía)
1. ¿Qué tipo de producto o servicio turístico tiene?	Prestador de servicio de alojamiento. Que incluye zona de esparcimiento (piscina).	Prestador de servicio de alojamiento.	Prestador de servicio de alojamiento.	Prestador de servicio de alimentos y bebidas.
2. ¿Dónde están ubicados, cuentan con algún medio electrónico para su contacto?	Estamos ubicados al costado norte del parque principal, por el momento no manejamos ningún medio electrónico.	Estamos ubicados al costado occidente del parque principal, nuestra dirección es Avenida 3 ## 3-49 y por el momento no manejamos ningún medio electrónico.	Estamos ubicados por la vía principal saliendo de Pandi	Estamos ubicados al costado izquierdo de la alcaldía en el parque principal.
3. ¿Cuántos años lleva con la actividad?	Aproximadamente 15 años	Aproximadamente 13 años	Aproximadamente 8 años	Aproximadamente 20 años
4. ¿Horarios manejan?	Abrimos desde las 7 am hasta las 10 pm	Abrimos desde las 8 am hasta las 9 pm	Abrimos desde las 9 am hasta las 8 pm	Abrimos desde las 8 am hasta las 11 pm
5. ¿Qué tipo de nexos tiene con la Dirección de Turismo del municipio?	Ninguno.	Ninguno.	Ninguno.	Ninguno.
6. ¿En qué medios se trasladan los turistas?	Principalmente llegan turistas de carros particulares	Principalmente los que se transportan en los buses intermunicipales.	Motos	Carros, buses y los del pueblo

7. ¿Cuántos turistas reciben por semana?	Varia, aproximadamente tenemos cupo completo para los fines de semana	Entre 15 a 20 personas	Normalmente recibimos alrededor de 8 personas por fines de semana	Aproximadamente entre 50 y 100, esto debido a que es el único restaurante cercano del municipio.
8. ¿En qué temporadas tienen mayor atracción de los turistas?	Fines de semana	Fines de semana	Fines de semana	Fines de semana
9. ¿Cuentan con proyectos de turismo social?	No	No	No	No
10. ¿Cuál es el tipo de turismo preponderante que tiene el municipio?	Cultural/histórico.	Cultural/histórico.	Cultural/histórico.	Cultural/histórico.

**Figura 25.** Análisis de las entrevistas. Autoría propia.

### **Análisis de las entrevistas a los prestadores de servicios turísticos**

Según la información proporcionada por los prestadores de servicios turísticos, primero habría que decir que son hoteles que no cuentan con el registro nacional de turismo (RNT), y tampoco están inscritos ante ninguna entidad turística para la oferta de sus servicios, se detalló en nuestra visita que estos hoteles eran casas familiares que ofrecían servicios de alojamiento; debido que son casas con infraestructura de casonas, también que todas prácticamente están ubicadas cerca al parque y vía principal de Pandi. Esto muestra la falta de desarrollo turístico en el municipio y la poca inversión generada en este sector. El bajo costo de los prestadores de servicios turísticos es la consecuencia de un turismo de poca y casi nula intensidad, en dado caso de que el diseño de este producto turístico lograra impactar de una manera significativa los ingresos en sector turismo en el municipio en cuestión, se vería reflejado en un alza de precios ya que la demanda de una manera directamente proporcional habría aumentado. Y de una manera positiva los prestadores de servicios turísticos optarían por tener servicios de mayor calidad para poder generar más utilidades.

La ubicación del municipio no es un factor de ayuda a la demanda, porque la vía que conecta a Pandi no es de uso frecuente, ya que no conecta grandes urbes ni centros metropolitanos de gran afluencia. La falta de señalización de la mano con la falta de reconocimiento y publicidad de este lugar, hace que el crecimiento tanto a nivel turístico como a nivel económico y de conectividad, se vea sumergido en un estancamiento constante, la falta de estrategias y planes de acción ineficientes por parte de la alcaldía y gobernación, son limitantes significativas en el desarrollo económico del sector. La creación de alianzas y estrategias que generen el movimiento de masas como destino final o que atraviesen Pandi son de vital importancia para poder generar recursos adicionales a fines con el turismo.

### Matriz de estrategias FODA

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Matriz de estrategias FODA</b>	a. Ambiente (entorno) b. Infraestructura c. Seguridad d. El empleo que genera el turismo	a. Vías de acceso b. Falta de capacitación en servicio al cliente c. Factor político d. Centro de información turística e. Falta de señalización en las vías para los posibles turistas
<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategias FO Max-Max</b>	<b>Estrategias FA Max-Min</b>
1. Atractivos naturales y culturales	Implementar seguridad en la entrada de cada atractivo.	Mejoramiento de las vías de acceso de cada uno de los atractivos.
2. Mantenimiento en la infraestructura	Programar un mantenimiento anual de la infraestructura del municipio y sus atractivos.	Proponer un plan de señalización para motivar al turista a conocer el municipio.
3. Hay servicios complementarios a la actividad turística, como restaurantes, alojamiento	Mejoramiento de los servicios con que cuenta el municipio para generar más ofertas de empleo.	Implementar una base de datos para brindar un mejor servicio turístico.
4. Calidez en el trato a los turistas	Propiciar un buen ambiente de trabajo por medio de sensibilización laboral.	Establecer una capacitación semestral a los prestadores de servicios turísticos.(Actualización)
<b>Debilidades</b>	<b>Estrategias DO (Max-máx.)</b>	<b>Estrategias DA (Max-min)</b>
1. Atención al usuario 2. Capacidad informativa	Organizar un plan de capacitación para mejorar el servicio y atención a los turistas.	Estipular un punto de información fijo en el municipio

3. Organigrama	Señalización del municipio	Incentivos para el buen manejo del servicio al cliente por parte de los prestadores de servicios.
	Implementar puntos estratégicos de información turística	Implementar una estructura organizacional por parte de la alcaldía referente al turismo.
	Incentivar al desarrollo y actividades turísticas del municipio	Instalaciones de centros de desarrollo turístico.

**Figura 26.** Matriz FODA. Autoría propia.

### Capítulo III. Formulación del producto turístico

#### Productos u/o servicios turísticos

El proceso en la creación de un producto turístico abarca los siguientes ítems:

- ✓ El proceso está compuesto por varias fases como:
  1. **Planificación del turismo** hace referencia al acogimiento del turismo como desarrollo económico y social.
  2. **Investigación de mercados** (procedencia, gustos, gastos, etc.).
  3. **Diseño del producto** debe estar listo para disponer de todos aquellos elementos necesarios y al nivel de calidad requerido, para los operadores y agentes que desarrollen este producto.
  4. **Promoción y comercialización** debe ser estructurado un plan de mercadeo y promoción
  5. **Prestación del servicio** referente a temas de la cultura de calidad
  6. **Promoción de inversión** sustenta es esfuerzo del desarrollo turístico del destino para “vender”.

Cabe destacar lo siguiente expuesto por el autor Fernández (2006), él dice:

“Estas etapas no siempre implican una secuencia lineal: la investigación de los mercados se puede hacer (y es lo recomendable) simultáneamente con el plan; la prestación del servicio y los temas de calidad deben fundamentarse en todo el proceso. Pero, no se puede hacer diseño de producto sin planificación y sin investigación de mercados; no se debe hacer promoción y comercialización sin plan de mercadeo y promoción, sin tener diseño de producto y sin que la oferta de paquetes esté definida” pág. 4.

#### Ruta turística

En la realización del diseño de la ruta este debe explicar dicha ruta. Entendiendo que las rutas turísticas están sujetas a una serie de variables para su posterior comercialización.

Los siguientes autores presentan las fases principales para el diseño de una ruta Fernández y Guzmán (2003) dicen:

- a. “La ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir, debe tener un nexo de cohesión común, que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.
- b. El itinerario turístico debe desarrollarse sobre la base de una red viaria u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los turistas.

- c. El itinerario turístico debe iniciarse en algún punto en el cual la empresa organizadora de la ruta debe estar perfectamente señalizada a lo largo de todo el recorrido, mostrando cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta”. (pág. 11-12)

Las rutas turísticas se crean en función de un producto o de un rasgo cultural característico que les da su nombre. Su interés primordial es el incentivar al consumo, para así de esta forma promover un desarrollo.

La metodología según Swmulewicz (2003) estipula lo siguiente:

- a. Determinar objetivos: estos se determinan bajo las funciones temáticas (área geográfica o atractivos de la ruta) y función estructural (tiempo de duración, actividades y servicios).
- b. Diagramación y relevamiento de área: enumeración del circuito, conocimiento histórico, cultural y geográfico del área en estudio.
- c. Diseño de la ruta: se lleva a cabo la estructuración del itinerario mediante un bosquejo de la ruta definida en cuanto a tiempo, y luego del estudio previo del destino.

Para el diseño de la ruta se debe considerar:

1. El destino
2. Inventarios (gastronómico y atractivo).
3. Definición del itinerario (tiempo y recorrido).

En nuestro país existen y están establecidas muchas rutas turísticas de diferentes zonas en Colombia como según Heraldo (2017) estableció 15 rutas turísticas establecidas:

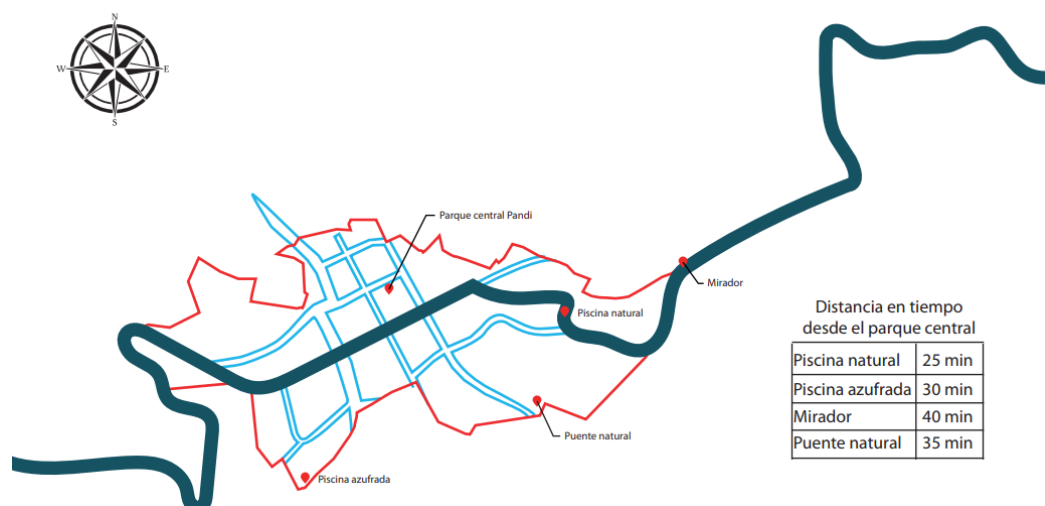
- Ruta Caribe: picos de la sierra nevada y música
- Ruta Llanera: ganadería y gastronomía
- Ruta del Sur: cauca y Nariño, expresiones religiosas
- Ruta del Sombrero Vueltiao: folcklore
- Ruta Memorias de la Independencia: historia
- Ruta Cultura Precolombina: natural
- Ruta Cafetera: cultura y agricultura
- Ruta libertadora: historia, arquitectura, tradiciones
- Ruta Putumayo: naturaleza
- Ruta Isleña: sol y playa
- Ruta Antioqueña: patrimonio, historia
- Ruta de la caña y el sabor: gastronomía, cultura



- Ruta de la selva: ecosistema (fauna y flora)
- Ruta El dorado: historia
- Ruta aires vallenato: folcklore musical, cultura regional.

Con lo anterior podemos notar que cada ruta tiene como objetivo principal el demostrar ante el sociedad las potencialidades turísticas, la cultura, el flocklore, gastronomía, todos aquellos elementos con los cuentas los municipios, las ciudades regiones y departamentos.

### Mapa de la ruta turística



**Figura 27.** Mapa ruta turística. Autoría propia.

La situación actual del municipio de Pandi afronta grandes amenazas desde distintos enfoques, empezando por las vías de acceso que como se mencionaba anteriormente es carente de señalización y por la ubicación geográfica del municipio, éste no cuenta con gran afluencia de visitantes por no estar en medio de rutas entre ciudades metropolitanas de gran recepción de turistas o comercio, el entorno político en el cual se encuentra Pandi es de alto cuestionamiento ya que los recursos monetarios que deberían ser destinados para su crecimiento y desarrollo no se están viendo reflejados, en el plan de desarrollo del municipio en los presupuestos que van enfocados al desarrollo y fomento del turismo 63.050.000 millones de pesos fueron destinados para la adecuación de dos sitios turísticos del municipio, que a la fecha no se han utilizado para este fin. Al igual que el proyecto de la conformación de una escuela turística, que solo se ha visto reflejada en un 50% de su presupuesto pero sin resultados notables físicos. La falta de señalización es un problema que debería contar con una solución inmediata, ya que si se quiere aumentar el turismo, ésta es una herramienta útil que ayuda a una fácil conectividad del turista al destino.

Se estipula unas estrategias para dar solución a estas amenazas tomando en cuenta las debilidades como atención al usuario y capacidad informativa. La estrategia de la creación de un punto de información fijo es pertinente para un buen inicio y desarrollo de cualquier actividad turística que se desee realizar en el lugar; los incentivos para prestadores de servicios turísticos que ayuden y se involucren en el mejoramiento de calidad frente a los servicios prestados; la implementación de una estructura organizacional bien definida y clara, soluciona de manera efectiva el manejo de recursos destinados a temas de turismo y ayuda a la jerarquización y creación de estrategias para el desarrollo del municipio.

La creación de un portafolio turístico o un plan programado no ha sido establecido a la fecha en el municipio del mismo modo ningún recurso económico destino a este sector, esto deja ver en el diagnostico desarrollado que el desarrollo actual del sector turístico no se ha comenzado, estando destinada su terminación en el 2019 según el plan de desarrollo. Las estrategias principalmente se enfocan a el uso de estos recursos ya presupuestados y la buena utilización de estos, ya que aunque las ideas estrategias y programas ya están ratificados en los planes de acción del municipio, estos no son tomados en cuenta.

### **Itinerario**

<b>Día 1 Sábado.</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>6:00 AM</b>	Salida	Encuentro y traslado de los adultos mayores desde la fundación hacia Pandi Cundinamarca
<b>8:00 AM</b>	Desayuno	Desayuno en la vaca que ríe
<b>10:00 AM</b>	Llegada	Llegada a Pandi
<b>10:30 AM</b>	Registro	Check-in hotel las Margaritas
<b>11:30 AM</b>	Recorrido	Recorrido cultural al parque central de Pandi

<b>1:00 PM</b>	Almuerzo	Almuerzo en el restaurante Pandinense
<b>2:30 PM</b>	Salida	Piscina natural
<b>4:00PM</b>	Terapia	Hidroterapia en la piscina natural
<b>6:00 PM</b>	Cena	Cena en el restaurante Pandinense
<b>7:00 PM</b>	Descanso	Regreso al hotel
<b>Día 2 Domingo.</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>7:00 AM</b>	Desayuno	Desayuno en el restaurante Pandinense
<b>9:00 AM</b>	Salida	Salida al mirador la Chapa
<b>10:00 AM</b>	Llegada	Llegada al mirador
<b>10:30 AM</b>	Actividad lúdica	El guía turístico tendrá programa una actividad lúdica (pasar la pelota)
<b>12:00 MD</b>	Almuerzo	Almuerzo en el restaurante de la Chapa
<b>2:00 PM</b>	Llegada	Piscina azufrada
<b>3:00 PM</b>	Terapia	Hidroterapia piscina azufrada, momento de relajación.
<b>4:00PM</b>	Regreso	Retorno a Bogotá
<b>7:00 PM</b>	Llegada a Bogotá	Fin de los servicios.

**Figura 28.** Itinerario. Autoría propia.

### Presupuestos

El cuadro a continuación presentará el valor total para la venta del producto, bajo término de interés social con un margen de ganancia del 0%

Para el concepto de pago de este producto, la financiación será de la siguiente forma:

### Presupuesto de interés social.

La fundación centro noche Restrepo 2 en convenio con la secretaria de integración social y la asociación de hogares, aportarían un total de \$100.000 pesos por adulto mayor.

COSTO DE PAQUETE TURÍSTICO				2 dias
No. de pax	60	30	40	
Transporte total (2)	\$ 1.800.000	\$ 900.000	\$ 900.000	costo unidad bus dia 900.000
guía (2)	\$ 280.000	\$ 140.000	\$ 280.000	costo guia dia 70.000
Acompañante-Enfermera (2)	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	
agente	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	
Valores por persona				costos fijos 300.000
costo de enfermera por pax	\$ 3.333	\$ 6.667	\$ 5.000	
Transporte total/No de pax	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 22.500	
Costo de transporte por pax	\$ 4.667	\$ 4.667	\$ 7.000	
Guía/No de pax	\$ 1.667	\$ 3.333	\$ 2.500	
Costo del guía	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	desayuno dia 7000
costo agente	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 14.000	almuerzo dia 7000
Desayuno (2)	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	cena dia 7000
Almuerzo (2)	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	entrada piscina 6000
Cena (1)	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	hospedaje cuarto (4 pax) 20000
hospedaje	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	seguro viaje persona 15000
Entrada a la piscina (2)	\$ 5.333	\$ 5.583	\$ 5.200	
Seguro de viaje	\$ 6.720.000	\$ 3.517.500	\$ 4.368.000	
Otros	\$ 112.000	\$ 117.250	\$ 109.200	
COSTO TOTAL POR GRUPO	\$ -	\$ -	\$ -	
COSTO TOTAL POR PERSONA	\$ 112.000	\$ 117.250	\$ 109.200	
Margen de ganancia	\$ -	\$ -	\$ -	
Valor al público	\$ 112.000	\$ 117.250	\$ 109.200	
Valor al público-costo total por pax	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad por persona No de pax	\$ -	\$ -	\$ -	
UTILIDAD TOTAL	\$ 21.280	\$ 22.278	\$ 20.748	
Valor al publico * 19%	\$ 133.280	\$ 139.528	\$ 129.948	
Valor al público+lva	\$ 134.000	\$ 140.000	\$ 130.000	
PRECIO FINAL DE VENTA	\$ 134.000	\$ 140.000	\$ 130.000	
punto equilibrio	14	13	14	

Figura 29. Costo del paquete turístico a nivel social. Autoría propia.

Y los \$34.000 pesos restantes pueden provenir de las siguientes posibles empresas y organismos que podrían financiar parte del proyecto por ser de interés social tales como:

- **SOCIAL SKIN:** Promotora de proyectos sociales que establece y comunica con las empresas interesadas para la realización de los proyectos.
- **BID:** Banco interamericano que financia proyectos de carácter social
- **CODESPA:** organización sin ánimo de lucro que ayuda a las personas y comunidades vulnerables económicamente.

### Presupuesto de interés comercial.

Este presupuesto tiene un margen de ganancia del 30%, pero esta accesible para que las empresas que opten para la operación de este producto puedan tomar el margen de ganancia que según criterio de ellas les sea más conveniente.

COSTO DE PAQUETE TURÍSTICO				2	días
No. de pax	60	30	40		
Transporte total (2)	\$ 1.800.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00		costo unidad bus dia 300000
guia (2)	\$ 280.000,00	\$ 140.000,00	\$ 280.000,00		costo guia dia 70.000
Acompañante-Enfermera (2)	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00		costos fijos 300000
agente	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00		
Valores por persona					
costo de enfermera por pax	\$ 3.333,33	\$ 6.666,67	\$ 5.000,00		desayuno dia 7000
Costo de transporte por pax	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 22.500,00		almuerzo dia 7000
Costo del guía	\$ 4.666,67	\$ 4.666,67	\$ 7.000,00		cena dia 7000
costo agente	\$ 1.666,67	\$ 3.333,33	\$ 2.500,00		entrada piscina 6000
Desayuno (2)	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00		hospedaje cuarto (4 pax) 20000
Almuerzo (2)	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00		seguro viaje persona 15000
Cena (1)	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00		
hospedaje	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00		
Entrada a la piscina (2)	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00		
Seguro de viaje	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00		
Otros	\$ 5.333,33	\$ 5.583,33	\$ 5.200,00		
COSTO TOTAL POR GRUPO	\$ 6.720.000,00	\$ 3.517.500,00	\$ 4.368.000,00		
COSTO TOTAL POR PERSONA	\$ 112.000,00	\$ 117.250,00	\$ 109.200,00		
Margen de ganancia	30%	30%	30%		
Valor al público	\$ 160.000,00	\$ 167.500,00	\$ 156.000,00		
Utilidad por persona	\$ 48.000,00	\$ 50.250,00	\$ 46.800,00		
UTILIDAD TOTAL	\$ 2.880.000,00	\$ 1.507.500,00	\$ 1.872.000,00		
Iva del 19% por pax	\$ 30.400,00	\$ 31.825,00	\$ 29.640,00		
PRECIO DE VENTA	\$ 190.400,00	\$ 199.325,00	\$ 185.640,00		
<b>PRECIO FINAL DE VENTA</b>	\$ 191.000,00	\$ 200.000,00	\$ 186.000,00		
punto de equilibrio	4	4	4		

Figura 30. Costo del paquete turístico a nivel comercial. Autoría propia.

Marca

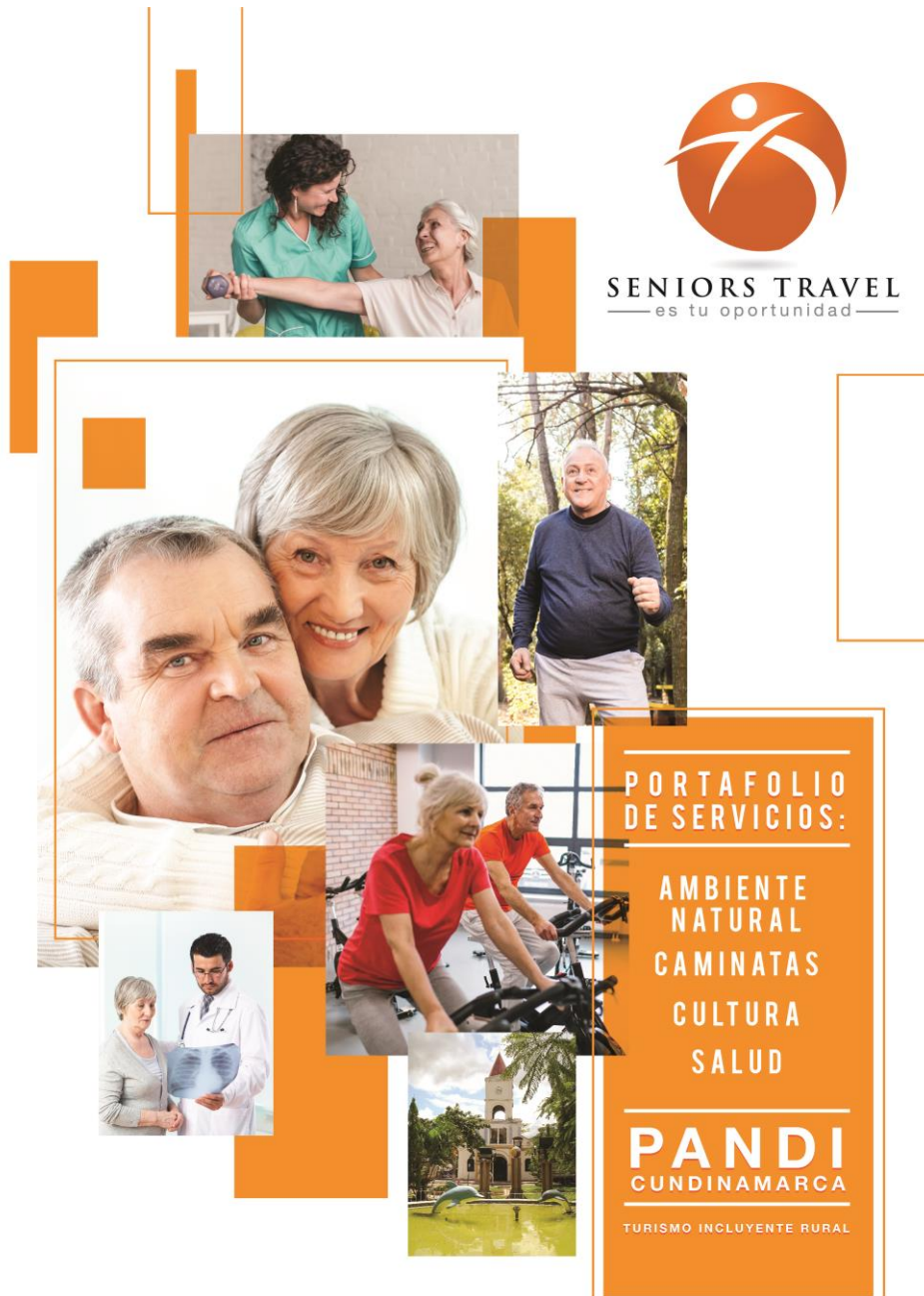


Figura 17. Poster. Autoría propia.

## Poster

Diseño de aspecto cálido enfocado en una población en específica, demostrando los servicios que tendrán al tomar el producto.



**Figura 18.** Poster. Autoría propia.

### Logo.

Color naranja es la silueta de un humano levantando las manos encerrado en un círculo dando referencia a que es especial cuenta con pequeños logos del mismo en diferentes colores que dan referencia a la naturaleza, la salud y la integración.

### Slogan.

"Es tu oportunidad"... Haciendo referencia a que no tendrán que abstenerse de viajar o por problemas sociales o económicos.

### Propuesta de valor.

"Turismo Incluyente rural"...Incluyente porque es de la tercera edad y rural porque estará en contacto con un ambiente natural.

**Título.**

**Seniors Travél**, literalmente significa los viajes de la tercera edad. Porqué deseamos hacer siempre la referencia a nuestra población específica. En el ámbito emocional demostrarles la importancia que tienen para nosotros.



## Conclusiones

1. La creación y diseño de las propuestas turísticas en municipios en la fase inicial contiene una tasa de turistas baja, porque no cuentan con los suficientes recursos para prestar los servicios mínimos para el desarrollo de una actividad turística ya predeterminada y con campañas publicitarias que logren captar la atención, al incrementarse la demanda de municipios turísticos, se deberá sensibilizar a la población local del posible aumento de turistas que puede incidir en la economía y como pueden sin afectar sus recursos naturales y culturales convertirla en una fuente de ingresos alterna a sus actividades principales.
2. Las condiciones políticas del municipio de Pandí tiene fuertes inconvenientes, ya que los programas y presupuestos entregados por y para el gobierno, no tienen un seguimiento estricto y los recursos destinados no se ven aprovechados, ni se reflejan los resultados en un impacto positivo en el turismo para la comunidad del municipio.
3. La población del adulto mayor que se encuentra en condiciones de pobreza no cuenta con los suficientes recursos propios para desarrollar actividades de turismo porque sus ingresos se ven utilizados en el diario vivir y satisfacción de necesidades básicas, a pesar de gozar de buena salud y poder realizar ciertos tipos de actividades turísticas. El financiamientos de estos se ve perjudicado por su condición, la búsqueda de recursos por parte del estado y empresas interesadas en la inversión de estos proyectos en el fomento del turismo y en la ayuda a la comunidad de la tercera edad, son de carácter vital para el crecimiento del turismo en lugares con potencial turístico.
4. La señalización de atractivos turísticos y la conformación de un programa de turismo en el municipio de Pandí, son amenazas constantes al desarrollo del turismo, que en un municipio tan pequeño no es de gran dificultad hacer, ya que se encuentran incluidos en los programas de acción del municipio. La realización de estos sería un punto de partida para la publicidad y aceptación externa de este municipio que empezaría a asentarse como un destino turístico en el país.

## Anexos

### Anexo I. Formato de la caracterización del adulto mayor de la fundación centro noche Restrepo 2

Formato de Encuesta a los adultos mayores

Caracterización del adulto mayor

Diseño de un producto turístico para los adultos mayores vulnerables económicamente en el municipio de Pandi Cundinamarca

La información será utilizada únicamente con fines educativos y se garantiza la protección de la misma. Le agradezco de antemano por la atención prestada y la respuesta a las siguientes preguntas

La siguiente encuesta tiene como finalidad tener conocimiento de los posibles servicios y actividades que los adultos mayores desean en un viaje turístico.

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad:

- a. 48-56
- b. 57-65
- c. 66-74
- d. 75-80

Género:

- a. F
- b. M

Estrato: \_\_\_\_\_

1. ¿Tiene usted un familiar/acudiente?

- a. Si
- b. No

¿Quién? \_\_\_\_\_

2. ¿Dónde vive usted?

- 
- 
3. ¿Con que frecuencia sale de viaje?
- 1 vez al mes
  - 1 vez cada 6 meses
  - 1 vez al año
  - Otro/ cual \_\_\_\_\_
4. ha experimentado inconvenientes en sus viajes
- si
  - no
- ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
5. ¿Qué tiene en cuenta al salir de viaje?
- Clima
  - Actividades
  - Gasto en el viaje/precios
6. ¿Qué tipo de ambiente le gustaría encontrarse en su destino?
- natural
  - cultural
  - recreación
  - ciudad
  - otro/cual \_\_\_\_\_
- 
- 
7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría desarrollar en su viaje?
- cultural
  - recreativo
  - religioso
  - otro/cual \_\_\_\_\_
8. De los 5 sentidos cuál cree usted que tiene mayor debilidad/problema

- a. vista
  - b. olfato
  - c. oído
  - d. gusto
  - e. tacto
9. ¿sufre de alguna enfermedad?
- a. si
  - b. No
- ¿Cual? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
10. Consume algún tipo de medicamento
- a. Si
  - b. No
- ¿Cual? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
11. Tiene alguna restricción o es alérgico a algún tipo de alimento?
- a. Si
  - b. No
- ¿Cual? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
12. ¿Tiene problemas respiratorios?
- a. Si
  - b. No
- ¿Cuál? \_\_\_\_\_
13. Respecto a su estado físico, como lo considera
- a. Muy bien
  - b. Bien
  - c. Regular
  - d. Mal
- ¿Porque? \_\_\_\_\_

14. ¿Cuenta usted con una entrada de dinero fijo (subsidio o manutención)?.

a. Si

b. No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

## Anexo II. Esquema de inventario turístico

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
Patrimonio Cultural - patrimonio inmaterial.					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1 Nombre					
1.2 Departamento			1.3 Municipio		
1.4 corregimiento, vereda o localidad					
1.5 Administrador o propietario					
1.6 Dirección de ubicación					
1.7 Teléfono/Fax					
1.8 Distancia			1.9 Tipo de Acceso		
		Terrestre	Acuatico	Férreo	Aéreo
1.11 Indicaciones para el acceso.					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1 Código Asignado					
2.2 Descripción					
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>			<b>PUNTAJE</b>		
Subtotal					
<b>SIGNIFICADO</b>					
Fuente:					
Diligenciado por:				Fecha:	

## Anexo III. Caracterización de servicios turísticos en Pandi

Entrevista.

CARACTERIZACION DE SERVICIOS TURISTICOS EN PANDI CUNDINAMARCA

Diseño de un producto turístico para los adultos mayores vulnerables económicamente en el municipio de Pandi Cundinamarca

La información será utilizada únicamente con fines educativos y se garantiza la protección de la misma.

¿Acepta la entrevista?

SI

NO

Objetivo: Identificar los prestadores turísticos y sus productos existentes en el municipio

Nombre de la empresa prestadora de servicios:

Nombre: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué tipo de producto o servicio turístico tiene?
2. ¿Dónde están ubicados, cuentan con algún medio electrónico para su contacto?
3. ¿Cuántos años lleva con la actividad?
4. ¿Horarios manejan?
5. ¿Qué tipo de nexo tiene con la dirección de turismo del municipio?
6. ¿En qué medios se trasladan los turistas?
7. ¿Cuántos turistas reciben por semana?
8. ¿En qué temporadas tienen mayor atracción de los turistas?
9. ¿Cuentan con proyectos de turismo social?
10. ¿Cuál es el tipo de turismo preponderante que tiene el municipio?

#### **Anexo IV. Entrevista director de la fundación centro noche Restrepo 2**

Resultados **entrevista de la gestión administrativa fundación centro noche Restrepo 2**

Nombre del director: Jawets Branierd Nova Díaz

Profesión: Psicóloga, esp. Gerencia

Nacionalidad: Colombiana

Ocupación: gerente de proyectos

Edad: Entre 35 y 44

Género: Femenino

1. ¿Cómo se dio origen a la fundación centro noche Restrepo 2?

Rta: Por convenio con la secretaria de integración social y la asociación de hogares si a la vida, se crea con el ideal de realizar proyectos con población vulnerable

2. ¿Cuenta con una estructura organizacional?

Rta: Si

3. ¿Cómo está conformada la estructura organizacional, cargos y funciones?

Rta: Coordinadora, trabajadora social, psicóloga, terapeuta ocupacional, nutricionista, artista, auxiliares de enfermería, facilitadoras, auxiliar de servicios generales, auxiliares de cocina y guarda de seguridad.

4. ¿Cómo está distribuido el tiempo de trabajo de los empleados en la fundación? Turnos

Rta:

- Profesionales 4 horas diarias y un turno completo a la semana de 6:30 pm a 6:30 am.
- Auxiliares de enfermería 12x36
- Operarias 1:00 pm a 9:00 pm

5. ¿De dónde provienen los recursos para el funcionamiento de la fundación?

Rta: Convenio de asociación entre la Secretaria de integración social y la asociación

6. ¿Tiene algún ente gubernamental de control y vigilancia del funcionamiento de la fundación?, ¿cuál?

Rta: Si, secretaria de integración social salud y personería.

7. ¿Qué beneficios proporciona esta fundación a la sociedad?

Rta: Restablecer los derechos de las personas mayores en Bogotá

8. ¿Que considera es lo más importante y enriquecedor en su trabajo?

Rta: Todo, el trato con las personas mayores, el mitigar la fragilidad social, restitución de derechos, impacto social.

9. ¿Existe alguna persona de los adultos mayores en condición de discapacidad?

¿En caso de que su respuesta fuera afirmativa, cual discapacidad?

Rta: Si, visual, auditiva, cognitiva, física.

10. ¿Cuál sería el proceso para programar una salida con los adultos mayores de la fundación?

Rta: Solicitar permisos con la asociación y la secretaria de integración social a través de la coordinadora luego de presentar la propuesta.

11. ¿Cuántas personas reciben diariamente?

Rta: 61-70 personas

12. ¿Cuáles son los próximos proyectos o actividades que tienen programadas?

Rta: Solo algunas actividades internas, porque es difícil que cualquier entidad gubernamental nos apoye dado que los horarios de centro noche son de 6:30 pm a 6:30 am y nunca nos ofrecen nada

13. Y ya para terminar, si una persona u organización está interesado en colaborar en el desarrollo de actividades/proyectos con ustedes, sea económicamente o como voluntario/a, ¿Cuál sería el proceso para hacerlo?

Rta: Comunicación directa con la coordinadora, identificando la oferta con base a las necesidades de las personas.



## Anexo V.



DEPARTAMENTO: CUNDINAMARCA

MUNICIPIO Y CODIGO DANE:

SECRETARÍA O DEPENDENCIA MUNICIPAL:

PLAN DE DESARROLLO: "Trabajando por un Desarrollo con Equidad y Confianza" 2016-2019.

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA  
MUNICIPIO DE PANDI  
ALCALDIA MUNICIPAL



FORMATO DAPC No 2

Hoja No. \_\_\_ de \_\_\_

JEFE DE PLANEACIÓN: \_\_\_\_\_

Fecha de elaboración: \_\_\_\_\_



FORMATO DAPC No 2

Hoja No. \_\_\_ de \_\_\_

JEFE DE PLANEACIÓN: \_\_\_\_\_

Fecha de elaboración: \_\_\_\_\_

EJE / ARE/ Cultura y turismo para la proyección regional						2016	2017	2017		
SECTOR: Cultura y Turismo										
PROGRAM En Pandi todos somos cultura										
PROYECTOS Y SUS ACCIONES						(En miles de pesos)				
No	NOMBRE DEL PROYECTO	META FISICA	AVANCE FISICO A LA FECHA AÑO 2016	AVANCE FISICO A LA FECHA AÑO 2017	% DE AVANCE FISICO A LA FECHA	\$ TOTAL PROGRAMADO 2016	\$ TOTAL EJECUTADO	\$ TOTAL PROGRAMADO 2017	\$ TOTAL EJECUTADO	\$ TOTAL PROGRAMADO 2018
2	Implementación Escuela de formación artística.	Integrar 15 personas por año a la escuela de formación artística y cultural municipal.	15	15	50%	3.000	3.000	3.150	3.150	3.307
	Festivales culturales municipales y regionales.	Realización de 2 festivales culturales anuales (1 de música campesina y 1 de danzas).	2	2	50%	15.000	15.000	15.750	15.750	16.537
3		realización (4) festival agroindustrial, cultural y turístico	1	1	50%					
4	Reconocimiento y adecuación de lugares culturales.	Adecuar 2 lugares culturales reconocidos y priorizados.	0	0	0%	30.000	30.000	31.500	0	33.075
		Continuar acciones (1) de reconocimiento, conservación y promoción de arte rupestre.	1	0	100%					
3	Adecuación de sitios turísticos.	Adecuar 2 sitios turísticos priorizados, durante los cuatros años de gobierno.	0	0	0%	0	0	20.000	0	21.000
4	Embellecimientos de zonas comunes y lugares públicos del municipio.	Realizar 1 campaña anual de ornato y embellecimiento en el municipio.	1	1	50%	1.000	1	1.050	1	1.100
5	Adecuación y embellecimiento del parque principal.	Formular y gestionar recursos para la adecuación (1) parque principal del municipio.	0	1	50%	0	0	21.000	21000	21000
6	Comercio amable, competitivo y eficiente.	Realizar 1 campaña anual para promover comercio amable, competitivo y eficiente.	1	1	50%	2.000	2000	2.100	2100	2.200
7		Integrar 20 establecimientos comerciales al proyecto de comercio amable, competitivo y eficiente.	5	5	50%					
8	Escuela de formación turística.	Conformación de 1 escuela de formación turística.	1	1	50%	3.000	3000	3.050	3050	3.307
9	Promoción turística: Tu destino es Pandi.	Consolidar el (1) portafolio turístico del municipio durante el cuatrienio.	0	0	0%	0	0	2.000	0	2.100

## 14.1. Anexo VI.

### FOTOS DEL MUNICIPIO

#### Entrada a los límites del municipio



Ilustración 1. Entrada al municipio de Pandi- Fuente propia

#### Parque principal de Pandi



**Ilustración 2. Parque principal -Fuente: propia**

**Alcaldía municipal de Pandi**





**Ilustración 3. Alcaldía municipal- Fuente propia**

### Entrada a la piscina natural



**Ilustración 4. Entrada piscina natural- Fuente propia**



**Puente en la piscina natural donde se puede apreciar el rio Sumapaz.**



**Ilustración 5. Puente de la piscina natural- Fuente propia**

### Entrada piscina azufrada



**Ilustración 6. Entrada a piscina azufrada- Fuente propia**



**Vista al vacío de 160 mts del puente natural**



**Ilustración 7. Puente natural- Fuente propia**



## Mirador



**Ilustración 8. Mirador- Fuente propia**

Fuente: propia

### Vista desde el mirador



**Ilustración 9. Vista desde el mirador- Fuente propia**

## Referencias

Turismo de la tercera edad un nicho por explotar (02 de septiembre del 2018). Portafolio. P.4

Alen, M., Domínguez, T. y Fraiz, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39817020001.pdf>

Salvador vega (2014), Las 6 generaciones vivientes y su impacto en la mercadotecnia, Mercadotecnia publicidad medios MERCA 2.0, recuperado de: <https://www.merca20.com/las-6-generaciones-vivientes-y-su-impacto-en-la-mercadotecnia/>

Acerenza, M.A, Agencias de Viajes, organización y operación. Trillas, México. 1990.

De la Colina, concepto del producto turístico, recuperado de: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)

Expósito Peláez (2009), conceptos básicos de los servicios y productos turísticos, efdeportes.com, recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd139/servicios-y-productos-turisticos.htm>

Sampieri R., Fernández C., Baptista L. (2006). Metodología de la investigación. Santafé. México: editorial McGraw-Hill interamericana.

Saravia M., Muro M., (2016). Productos turísticos. Metodología para su elaboración. Unq edu. Recuperado de: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>

Covarrubias Ramírez, Capítulo I " Conceptualización del potencial turístico", recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>

Ministerio de salud (2013) Envejecimiento demográfico. Colombia 1951-2020.

Dinámica demográfica y estructuras poblacionales. Minsalud. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Envejecimiento-demografico-Colombia-1951-2020.pdf>

Morrillo, M. (2010). Turismo y producto turístico evolución, conceptos, componentes y clasificación. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Agenda de igualdad para adultos mayores, recuperado de: [https://fiapam.org/wp-content/uploads/2013/06/Agendas\\_ADULTOS.pdf](https://fiapam.org/wp-content/uploads/2013/06/Agendas_ADULTOS.pdf), 2012-2013

Consejo municipal de Pandi (2016) Plan de desarrollo municipal de Pandi Cundinamarca. Mi Colombia digital. Recuperado de: [http://pandicundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/pandicundinamarca/content/files/000045/2238\\_plandedesarrollomunicipal.pdf](http://pandicundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/pandicundinamarca/content/files/000045/2238_plandedesarrollomunicipal.pdf)

Consejo municipal de Pandi (2012). Acuerdo 014. Concejo-Pandi-Cundinamarca. Recuperado de: <http://www.concejo-pandi-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/34616565353261663165616338346634/acuerdo-014.-plan-territorial-de-salud.pdf>

Congreso de Colombia (27 de noviembre del 2008). Por la cual se dictan normas tendientes a procurar la protección, promoción y defensa de los derechos de los adultos mayores [ley 1251]. Recuperado de: [https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1251\\_2008.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1251_2008.htm)  
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (diciembre del 2009). Política de turismo social: hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos. [Política del turismo social]. Recuperado de: <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/Politica%20Turismo%20Social.pdf>

Barraza, Moreira. (2012). Factores relacionados a la calidad de vida y satisfacción. Scielo. Recuperado de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95532012000300011](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532012000300011)

Herrera, López, castellano. (2012). Factores asociados a la calidad de vida de adultos mayores. Colombia. Scielo. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v28n2/v28n2a08.pdf>

Fondo de solidaridad pensional (2018) Tabla valor de subsidio. Fondo de solidaridad pensional. Recuperado de: <https://www.fondodesolidaridadpensional.gov.co/portal/categorias/144-tabla-valor-del-subsidio.html>

Finanzas personales. (2018). Colombia mayor, el subsidio para las personas que no se pueden pensionar. Finanzas personales. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.co/pensiones-y-cesantias/articulo/sistema-de-pensiones-subsidio-para-las-personas-que-no-se-pueden-pensionar/74153>

Dane información estratégica (2018). Plan estadístico nacional (PEN). Dane. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/plan-estadistico-nacional-pen>

Dane información estratégica (2017). Colombia-Gran Encuesta integrada de Hogares-GEIH-2017. Dane. Recuperado de: [https://formularios.dane.gov.co/Anda\\_4\\_1/index.php/catalog/458](https://formularios.dane.gov.co/Anda_4_1/index.php/catalog/458)

Rodríguez, María. (2010). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural. Recuperado de: [https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliounesp/reader.action?docID=3199877&ppg=](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliounesp/reader.action?docID=3199877&ppg=1)