

**Diseño de una propuesta de desarrollo turístico mediante matrices de competitividad del  
Viceministerio del turismo para el municipio de Pacho Cundinamarca**

Ingrid Yasmin Rivera Gomez

Amalia Rojas Salamanca

Universitaria Agustiniiana

Faculta de Arte, Comunicación y Cultura

Programa de Hoteleria y Turismo

Bogota.D.C

2018

**Diseño de una propuesta de desarrollo turístico mediante matrices de competitividad del  
Viceministerio del turismo para el municipio de Pacho Cundinamarca**

Ingrid Yasmin Rivera Gomez

Amalia Rojas Salamanca

Director

Carolina Hernandez Vargas

Trabajo de grado para optar por el título de profesional de hotelería y turismo

Universitaria Agustiniiana

Faculta de Arte y Comunicaciones y cultura

Programa de Hotelería y Turismo

Bogota.D.C

2018

## **Dedicatoria**

*Dedicatoria de Amalia Rojas*

*Quiero dar las gracias primeramente a Dios por permitirme llegar hasta aquí, guiar y cuidar cada paso de mi vida.*

*Dedico este trabajo a mi madre Marina Hernández Fernández por su comprensión y apoyo incondicional, por estar siempre ahí cuando la requiero, por brindarme todo lo que he necesitado durante estos 5 años, ella siempre ha sido mi motor para seguir triunfando . A mi tío Horacio Rojas por apoyarme y darme consejos para cada día ser mejor. A lizeth Albarracín y Daniel Rodríguez. que siempre estuvieron ay para darme una voz de aliento cuando más lo necesitaba, por apoyarme y corregirme en el proceso de realización de trabajo de grado*

*Amalia Rojas salamanca*

*Dedicatoria de Ingrid Yasmin Rivera Gómez*

*Primero ofrezco este triunfo a Dios que es quien me ayudado en estos momentos buenos y malos para seguir estos caminos , le regalo mi triunfo a mis padres José Wilmar Rivera y María Belcy Gómez por darme su apoyo amor y comprensión, hoy como su hija quiero darles el orgullo de cumplir uno de mis ideales y mayores sueños , a mis hermanos Daniel Estiven Rivera ,quien ya no está con nosotros en vida pero quiero que sepa que este triunfo también es por él ,por ultimo mi hermana Leído Johana Rivera para quienes yo soy su base de ejemplo para triunfar en lo que se proponga.*

*Ingrid Yasmin Rivera Gómez*

## **Agradecimientos**

Amalia Rojas expresa sus agradecimientos a:

La universitaria Agustiniiana por formarme como profesional y por brindarme todos los elementos, apoyos necesarios para llevar acabo la realización de este proyecto, a nuestra orientadora de trabajo de grado Carolina Hernández por asesorarnos, compartir sus conocimientos, por ser parte importante en la direccion y realizacion del trabajo de grado.

Gracias por la colaboración , espero seguir encontrándonos en el camino ya como colegas.

Ingrid Yasmin Rivera Gomez expresa sus agradeceimeintos a:

Quiero en primer lugar agradecer a Dios por darme la vida y darme la oportunidad de poder educarme a nivel profesional ,a pesar de lo difícil que ha sido este camino; él me ha iluminado a poder llevar este caminar que he guiado hasta hoy.

A mis padres José Wilmar Rivera y María Belcy Gómez por brindarme una estabilidad económica y emocional, acompañarme en cada uno de los momentos con las adversidades que pudiesen venir, dándome luz constantemente para no desfallecer, también a mi hermanita menor Leidy Rivera porque a ella esa quien quiero darle mi ejemplo para seguir.

A mi compañera de trabajo de grado Amalia Rojas, que me ha acompañado y ha sido el apoyo para cumplir con este requisito tal indispensable que ha tenido muchas adversidades pero juntas hemos logrado grandes cosas , sin olvidar la gran importancia de la profesora Carolina Hernández, quien nos apoyó y ayudo en la realización del trabajo de grado.

Al personal administrativo del municipio de Pacho por darnos la información en el trabajo de campo. Gracias a la institución Uniagustiniana por darme esta gran oportunidad de ser profesional y a todos los profesores que han trasmitido sus conocimientos para tener las bases de aprendizaje el cual han servido para implementar lo necesario para lograr este gran sueño.

A mi gran amiga y confidente Karen López por estar desde el inicio de esta carrera y ayudar a lograr lo que parecía imposible de alcanzar ,al fin hemos logrado esta etapa.

## **Resumen**

En el estudio se hace un análisis detallado a nivel investigativo de la capacidad turística con la cuenta en el municipio de Pacho, Cundinamarca; el propósito del trabajo de grado es diseñar una propuesta de acuerdo a las estrategias que se dan a conocer para que el municipio puede lograr múltiples beneficios en la comunidad receptiva ,con obtención de nuevos ingresos descendientes del uso de la actividad económica el turismo, esto se determinara desde el estudio de la oferta turística, demanda turística, para descifrar las capacidades y debilidades del municipio, luego implementar una herramienta de planeación turística para investigar los factores físicos e intangibles que posee efectuando el plan en marcha, este se ve reflejado en la matriz de compromisos de competitividad de Viceministerio de Turismo ,este formato se planteó a partir de la combinación de la matriz de compromisos y la metodología de planeación para hallar las problemáticas , así emplear un mejoramiento con las estrategias y sus respectivas acciones, logrando que Pacho tenga una alternativa viable con sus potencialidades turísticas.

*Palabras clave:* turismo, atractivo turístico, matriz de competitividad, desarrollo turístico.

## **Abstract**

The study makes a detailed research analysis of tourism capacity with the account in the municipality of Pacho, Cundinamarca; the purpose of the degree work is to design proposal according to the strategies that are made know so that the municipality can achieve multiple benefits in the receptive community ,with obtain in grew in come descending from the use of the economic activity tourism ,this will be determined from the study of tourism supply ,tourism demand, to decipher the capabilities and weaknesses of the municipality ,then to implement a tool of tourist planning to investigative the physical and intangible factors that it possesses carrying out the plan in march, this is reflected in the matrix of commitments of competitiveness of viceministry of tourism ,this format was raised from the combination of he matrix of commitments and the methodology of planning to find the problematic ones ,this to employ an improvement with the strategies and their respective actions ,obtaining that Pacho has a viable alternative with their tourism potentialities .

Keywords: tourism, tourism attraction , Competitiveness Matrix , Tourism development

## Tabla de contenido

<b>1. Introducción .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Marcos de referencia.....</b>	<b>13</b>
2.1. Marco conceptual .....	13
2.1.1. Competitividad turística.....	13
2.1.2. Turismo.....	13
2.1.3 Planeación.....	13
2.1.4. Planificación.....	13
2.1.5 Atractivo turístico.....	14
2.2. Marco geográfico.....	14
2.2.1. Pacho.....	14
2.3. Marco legal.....	14
2.3.1. Política de competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial Documento de política (2009) Ministerio de comercio.....	15
2.3.2. Política de dirección de turismo sistema de indicadores de competitividad para el sector turístico colombiano (2008).....	15
2.3.3. Ley 1558 de 2012.....	16
<b>3. Justificación.....</b>	<b>17</b>
<b>4. Objetivos .....</b>	<b>18</b>
4.1. Objetivo general .....	18
4.2. Objetivos específicos.....	18
<b>5. Metodología .....</b>	<b>19</b>
<b>6. Capítulo I Evaluación del potencial turístico del municipio de pacho.....</b>	<b>21</b>
6.1. Análisis de la oferta .....	21
<b>Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.) .....</b>	<b>25</b>
6.2. Análisis de listas de chequeo para oferta turística.....	27
6.3. Inventario turístico.....	32
6.4. Análisis Demanda.....	46
6.4.1 Análisis de la encuesta.....	46
6.4.2. Identificación de los prestadores de servicios turísticos que cuentan con RNT.....	51
<b>7. Capítulo II. Método de planificación más factible para el desarrollo del municipio..</b>	<b>54</b>
7.1. Planificación turística .....	54
7.2. Modelos de planificación.....	56
7.2.1. Modelo de planificación integral de turismo (1987).....	56

7.2.1. Modelo de planeación económica de turismo de Bote (1990).....	57
7.2.3. Modelo de planeación a nivel nacional de Pearce (1998). ....	58
7.2.4. Plan turístico convencional. ....	59
7.2.5. Esquema de planeación turística para competitividad. ....	61
7.3. Cuadro comparativo .....	62
7.4. Metodología escogida.....	63
7.4.1. Atributos de su producto. ....	63
7.4.2 Estructura empresarial y de explotación.....	64
7.4.3. Posición en el mercado. ....	64
7.4.4. Factores de producción y tecnología. ....	64
7.4.5. Papel de la superestructura. ....	64
<b>8. Capítulo III. Estrategias de desarrollo turístico mediante matrices de competitividad</b> .....	<b>65</b>
8.1 Explicación de las características de la matriz. ....	65
8.2. Matriz de competitividad del Viceministerio del turismo .....	67
8.3. Relación de la matriz de competitividad VS Esquema de planeación turística para competitividad .....	75
<b>Conclusiones</b> .....	<b>90</b>
Recomendaciones .....	91
<b>Anexos</b> .....	<b>92</b>
<b>Referencias</b> .....	<b>108</b>



## Lista de figuras

Figura 1. Tamaño de la muestra (sofá).....	19
Figura 2. Nivel de confianza (s.f.).....	20
Figura 3. Cuadro proyección de población DANE (2015).....	25
Figura 4. Registro de turismo. Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	28
Figura 5. Señalización .Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	29
Figura 6. Capacitación de empleados. Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	30
Figura 7. Los prestadores cuentan con página web y correo electrónico. Ingrid Rivera y Amalia Rojas .....	31
Figura 8. Ventilación y superficie adecuada .Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	32
Figura 9. Motivo principal de la visita al municipio .Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	47
Figura 10. Con cuales atractivo se identifica a Pacho .Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	48
Figura 11. Motivo de la visita al municipio .Ingrid Rivera y Amalia Rojas.....	49
Figura 12. Café Pacundi (2015).....	50
Figura 13. Presentación master de turismo (2015).....	54
Figura 14. Planificación integral Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006).....	56
Figura 15.planeacion económica. Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006).....	57
Figura 16. Planeación a nivel nacional Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006).....	58
Figura 17 no cuenta con RNT.....	67
figura 18.....	67
Figura 19 Desconocimiento del municipio.....	69
figura 20 Atractivos en estado de abandono.....	70
Figura 21señalización de atractivos.....	71
Figura 22 no hay infraestructura necesaria.....	72
Figura 23 acompañamiento profesional.....	73
Figura 24 la vía se encuentra en mal estado.....	74
Figura 25 vía en mal estado.....	79

## Lista de tablas

Tabla 1. Enfoque metodológico descriptivo .....	19
Tabla 2. Ficha de inventario 1 .....	34
Tabla 3. Ficha de inventario 2 .....	35
Tabla 4. Ficha de inventario 3 .....	36
Tabla 5. Ficha de inventario 4 .....	37
Tabla 6. Ficha de inventario 5 .....	38
Tabla 7. Ficha de inventario 6 .....	39
Tabla 8. Ficha de inventario 7 .....	40
Tabla 9. Ficha de inventario 8 .....	41
Tabla 10. Ficha de inventario 9 .....	42
Tabla 11. Ficha de inventario 10 .....	43
Tabla 12. Ficha de inventario 11 .....	44
Tabla 13. Ficha de inventario 12 .....	45
Tabla 14. Identificación de los prestadores .....	51
Tabla 15. DOFA .....	52
Tabla 16. Cuadro comparativo .....	62
Tabla 17. Relación de la matriz .....	75
Tabla 18. ....	77
Tabla 19. Problema / Atributos .....	80
Tabla 20. Problema / Estructura empresarial .....	81
Tabla 21. Problema / Papel de la superestructura .....	83
Tabla 22. Problema / Atributos de su producto .....	84
Tabla 23. Problema / atributos de su producto .....	86
Tabla 24. Problema / atributos de su producto .....	87
Tabla 25. Problema / Papel de la superestructura .....	88

## 1. Introducción

### .Metodologías

Este modelo de la revista Quiera (2006) consta de una combinación de Molina y Rodríguez, conceptos ya antes propuestos por Molina, pero en este caso reintegrado para .método se nombra dentro de los propios a utilizar por su sencillez y practicidad de uso, a partir de dos fases una de planeación y la otra como la creación de un proyecto.

La planeación turística ha sido definida de manera general como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico de un territorio en particular. (Molina, 1986).

También se determinaron las metodologías que se encuentra dentro del trabajo investigativo de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.) De las seis metodologías se escogieron dos para el trabajo de grado que refiere “en todos casos se debe entender que las metodologías son herramientas flexibles que sin perder el rigor procedimental permiten llegar a planteamientos coherentes para el desarrollo turístico de un territorio.”

La planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y el medio ambiente locales por otro lado, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos turísticos de competencia creciente.

Es un plan estratégico empleado para departamentos que apenas se está haciendo un descubrimiento potencial o buscan fortalecer su actividad turística, estos lineamientos se han generado a partir de la ley 152 de 1994 (ley orgánica del plan de desarrollo) se ha coordinado para planes de asistencia de diferentes departamentos.

### Matriz FODA

Según Espinosa, R (2013) La matriz de análisis DAFO o FODA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra un lugar, es decir

que es una herramienta para determinar los puntos críticos positivos y negativos que puede poseer un espacio, territorio o empresa para clarificar el entorno interno y externo

## **2. Marcos de referencia**

### **2.1. Marco conceptual**

#### **2.1.1. Competitividad turística.**

El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial. La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertarle con posibilidades de venta. Por consiguiente, la competitividad del producto se refiere no solo a la calidad del recurso turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura. 35 La competitividad empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo. (Manual para el Diseño de Paquetes Turísticos, 2007).

#### **2.1.2. Turismo.**

Conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios. De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser:

- a) Turismo emisor. El realizado por nacionales en el exterior.
- b) Turismo interno. El realizado por los residentes en el territorio económico del país.
- c) Turismo receptivo. El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país. (Ley 1558 de 2012).

#### **2.1.3 Planeación.**

En términos públicos es la orientación adecuada de los recursos procurando el cumplimiento de objetivos de desarrollo económico y social. (Glosario. Departamento Nacional de Planeación)

#### **2.1.4. Planificación.**

Proceso continuo que busca aprovechar las oportunidades, reducir o mitigar las amenazas, potenciar las fortalezas, transformar las debilidades, dar soluciones a problemas y atender las necesidades, a través de estrategias que apunten, de manera eficiente, al cumplimiento de metas y objetivos. (Glosario. Departamento Nacional de Planeación)

### **2.1.5 Atractivo turístico.**

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico. (Manual de Presentación de Proyectos – Fintar)

#### **Matriz de competitividad**

Según Cabrera.P (2018) Si determina que el modelo no intenta ser exhaustivo en la integración de variables -sólo es un referente para una más amplia elaboración- tampoco pretende generar un único indicador de competitividad a la usanza de los organismos evaluadores conocidos, ni tiene el propósito de servir de referente para hacer un análisis comparativo entre destinos. La utilidad de la propuesta que aquí se presenta reside en disponer de un conjunto de indicadores, perfectamente visualizados, que den cuenta de la complejidad del destino y de la necesaria complementariedad y mutua determinación que ocurre entre factores y variables al momento de dar forma a un destino competitivamente sustentable. En todo caso, analizando los componentes de la matriz de competitividad se pueden establecer niveles aceptables de sustentabilidad para cada uno de ellos, de tal suerte que sea posible clasificar los distintos destinos turísticos

## **2.2. Marco geográfico**

### **2.2.1. Pacho.**

Pacho es un municipio de Cundinamarca ubicado a 88km de Bogotá, este tiene 72 veredas, este presenta los 3 pisos térmicos en todo su territorio, en el casco urbano presenta temperaturas de 14°C a 25°C, se caracteriza por ser la capital naranjera de Colombia.

El municipio se caracteriza por poseer diferentes sitios naturales, en cuanto a patrimonio cultural tiene dos parques, tiene una gran variedad de gastronomía, como los alimentos exclusivos a base de naranja: postres, galletas, dulces y bocadillos Licor de naranja. El chupado, este lo componen los siguientes alimentos: como lo es el fiambre o chupado preparado con plátano, ahuyama, yuca, guatita, napas, papa, carne de res, cerdo y gallina, acompañado de arroz y envuelto en hoja de plátano.

Entre sus festivales y eventos se encuentran, las ferias y fiestas que se realizan los dos últimos fines de semana de julio y este se caracteriza por el reinado de la naranja y su espectacular orquesta que animan y su diversa gastronomía. Cumpleaños de pacho es uno de los eventos más importantes para el municipio ya que se celebra el aniversario de este, entre otros se encuentran: festival centro artesanal tacuara, mercados verdes.

## **2.3. Marco legal**

Según el PDM de Pacho la Promoción del desarrollo - Turismo En el periodo 2012 a 2015. Se evidencia avance en cuanto al apoyo de la creación del Punto de Información Turística,

capacitación a prestadores de servicios turísticos, elaboración de una cartilla con recorridos agro-turísticos, apoyo a empresas turísticas y la creación de la marca publicitaria Pacho (Pacho orgullo en crecimiento). Es necesario mencionar que el municipio de Pacho es cabecera de Provincia del Rio Negro, lo que lo hace ser eje central de la economía de los pueblos vecinos; Pacho cuenta con una variedad de pisos térmicos, donde predomina la temperatura de 19° a 23°, se encuentra a 1 hora y 30 minutos de la Capital Colombiana, la vía que conduce Bogotá- Zipaquirá- Pacho, en su gran mayoría esta pavimentada, cuenta con la existencia de recursos naturales y riqueza paisajística, la cultura de Pacho se refleja con eventos que buscan rescatar la tradición del pueblo

### **2.3.1. Política de competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial Documento de política (2009) Ministerio de comercio.**

Objetivo general Mejorar la competitividad turística de Colombia, a través de estrategias conjuntas de gestión que involucren a todos los actores del sector, que fortalezcan la sostenibilidad de la cadena de valor y que permitan posicionar al país como un destino turístico de clase mundial.

Crear una herramienta de evaluación o ranking interno de competitividad de los destinos turísticos, acordes con las nuevas exigencias de los turistas, y los indicadores propuestos por el Foro Económico Mundial para la medición.

### **2.3.2. Política de dirección de turismo sistema de indicadores de competitividad para el sector turístico colombiano (2008).**

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo La evaluación sea cual fuere la finalidad que se busque, debe tener unos criterios claves previamente establecidos que se puedan perseguir y a partir de los cuales se fijan unos indicadores a evaluar. En primer lugar, es fundamental que los destinos se comprometan y se concienticen acerca de la necesidad de crear y definir estrategias de mejoramiento analizando la manera de cómo ejecutar las acciones de evaluación ya que, si no se define o no se busca un mecanismo consecutivo, los esfuerzos pueden ser inútiles.

El sistema de evaluación de indicadores de competitividad para el sector turístico colombiano es un elemento fundamental de la “Estrategia nacional de competitividad turística”; es una herramienta de gestión aplicable a cualquier destino, independientemente de su extensión territorial (región, departamento, subregión, distrito, municipio) con mediciones permanentes (el período de tiempo depende de la naturaleza del indicador).

### **2.3.3. Ley 1558 de 2012.**

Artículo 24: Fomento de los estudios turísticos. El Gobierno Nacional propiciará la unificación de criterios en la programación de los estudios de formación reglada y ocupacional del sector turístico y promoverá el acceso a la formación continua de las trabajadoras y trabajadores ocupados del sector. Asimismo, apoyará la formación turística destinada a la adquisición de nuevos conocimientos y tecnologías y la formación de formadores. El Gobierno Nacional impulsará la suscripción de acuerdos y convenios con las universidades para la elaboración de programas y planes de estudios en materia turística.



### **3. Justificación**

Existe una gran variedad competitiva en países de Latinoamérica frente al turismo, a nivel Colombia la actividad turística se está potenciando en gran forma ya hace más de una década, ya que los lugares turísticos son ricos a la vista y al conocimiento, para centrarnos más hablando de Cundinamarca la cual cuenta con la capacidad de potenciar el turismo en la región, por sus múltiples atractivos y variedad de lugares, además de diversidad natural y cultural. Al identificar factores del porque un turista escoge un destino frente a un conjunto de los mismos, se busca realizar una serie de propuestas con el objetivo de encontrar alternativas de desarrollo en el ámbito de la actividad turística. Elevar el potencial que tienen los destinos a partir de la oferta y los elementos posibles de involucrar en la actividad turística.

Generar ingresos y nuevas posibilidades económicas para las regiones, es uno de los propósitos de esta propuesta. A partir de la identificación de la oferta y la demanda se ponen estrategias encaminadas al mejoramiento de la oferta y el crecimiento de la demanda.

Se busca que el municipio de Pacho, Cundinamarca, tenga mayores oportunidades de crecimiento, sea generador de empleo, y le apueste a la actividad turística como parte de su economía, bajo un proceso planificado y estructurado, de acuerdo a las matrices de competitividad, los modelos y esquemas de planeación.

## **4. Objetivos**

### **4.1. Objetivo general**

Diseñar una propuesta para el desarrollo turístico de Pacho Cundinamarca, a partir de la aplicación de las matrices para la competitividad del Viceministerio de Turismo.

### **4.2. Objetivos específicos**

- Evaluar el potencial turístico a partir del análisis de la oferta y demanda del municipio de Pacho
- Determinar el método de planeación turística más factible para el desarrollo del municipio
- Generar estrategias de desarrollo turístico mediante matrices de competitividad para el municipio de Pacho Cundinamarca

## 5. Metodología

Tabla 1. Enfoque metodológico descriptivo

Objetivo	Instrumento
Evaluación del potencial turístico del municipio de pacho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Check list</li> </ul>
Determinar el método de planificación turística	Análisis comparativo de las metodologías de planificación turística.
Generar estrategias de desarrollo turístico	Matriz de competitividad del viceministerio del turismo

Fuente: Ingrid Rivera y Amalia Rojas

La metodología utilizada para el análisis estadístico aplicado en la encuesta fue de muestreo por conveniencia, el cual es una técnica de muestreo no probabilístico, en el cual los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad al ejercicio.



Figura 1. Tamaño de la muestra (sofá)

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{Z^2 * P (1 - P)}{E^2}}{1 + \frac{Z^2 * P (1 - P)}{E^2 N}}$$

$$\text{1Formula} = \frac{\frac{1,28^2 * 150 (1 - 150)}{5\%^2}}{1 + \frac{1,28^2 * 150 (1 - 150)}{5\%^2 80}}$$

N= tamaño de la población

E= margen de error (porcentaje expresado con decimales)

Z= puntuación z

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de medida.

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1,28
85 %	1,44
90 %	1,65
95 %	1,96
99 %	2,58

Figura 2. Nivel de confianza (s.f.)

La metodología utilizada para la oferta turística fue realizada a partir de las preguntas encontradas en el Estudio de Caracterización del Sector Turístico en los Municipios de Caldas. Recopilación de Datos y Análisis Final de la Cámara de Comercio de Manizales, para llevar a cabo el análisis de los establecimientos de hospedaje guianza y gastronómicos, también los guías turísticos para determinar lo que necesita el municipio en cuanto a esto elementos para lograr proponer la propuesta.

## **6. Capítulo I Evaluación del potencial turístico del municipio de pacho**

En este capítulo se estudiarán las potencialidades del municipio destacando los principales productos turísticos que este puede ofrecer para su promoción y difusión como un municipio altamente llamativo a partir del análisis de la oferta y la demanda, teniendo en cuenta los diferentes elementos que nos plantean los autores Sumer y Grossman (1996), la información que se incluye en este capítulo es extraída del documento del Plan de Desarrollo del municipio de Pacho (2016-2019) propuesto por el alcalde Ronald David Rangel Bermúdez.

La descripción general del municipio permite obtener algunas referencias sobre las características y potencialidades turísticas que pueden ser de interés para ofrecer y fomentar uno a varios tipos de turismo. De acuerdo con Sumer y Grossman (1996), los elementos que deben tenerse en cuenta para analizar la oferta son: situación geográfica y tamaño del territorio, hidrografía, paisajes, fauna y flora factores socioeconómicos, estructura socio-demográfica, equipamiento, transportes, servicios, historia.

### **6.1. Análisis de la oferta**

Teniendo en cuenta los elementos de evaluación de la oferta propuestos por Sumer y Grossman (1996), los cuales son incluidos en una propuesta de desarrollo turístico se plantean los siguientes aspectos a describir; situación geográfica y tamaño del territorio, hidrografía, paisajes, fauna y flora, factores socioeconómicos. Estructura socio-demográfica, equipamiento, transportes, servicios e historia. ( pp. 4- 5). Son los factores a identificar que puede ofrecer el municipio Pacho para fortalecer las capacidades turísticas con las que cuenta.

Las características de la oferta son las siguientes según Grossman:

La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados.

Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios. Los recursos turísticos con atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.

Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

Esta se compone de ocho partes

- **Atractivo turístico:** Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de

desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico

- Patrimonio turístico: Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.
- Producto turístico: Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de consumidores y en la aceptación del mercado.
- Recursos turísticos Todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo, es decir cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil de la curiosidad o el poder realizar alguna actividad física o intelectual.
- Planta turística: Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin
- Equipamiento turístico: Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Son elementos primordiales de la oferta turística, son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas
- Infraestructura turística: Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socio-económico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad
- Servicios complementarios: Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo; bancos, cajeros, hospitales, entre otros

Elementos indispensables el análisis de la oferta turística local debe permitir, en primer lugar, hacer un inventario de los siguientes elementos:

### **6.1.1 Factores naturales.**

Situación geográfica y tamaño del territorio municipio de Pacho está localizado al Noroccidente del departamento de Cundinamarca, pertenece a la provincia del Rionegro, de la cual hacen parte también los Municipios de La Palma, Yacío, El Peñón, Píame, Sopaipa, Villagómez y San Cayetano, según el plan de desarrollo municipal, “OPORTUNIDAD Y PROGRESO PARA TODOS” (2016-2019). El municipio de Pacho limita por el norte con los municipios de San Cayetano. Villagómez y Sopaipa; por el sur con los municipios de Suatá y Subachoque; al occidente con los municipios de Vergara y el Peñón; y por el oriente, con los municipios de Zipaquirá, Tasa y Coguaz. (pp.23)

Posee un área jurisdiccional municipal de aproximadamente 40.340.25 hectáreas, una altitud media de 2.136 metros, un rango altitudinal entre los 1.000 y los 3.700 metros, con el perímetro urbano a una altitud de 1.790 metros, se encuentra ubicada entre las coordenadas geográficas 5° 22" y 5° 8" de latitud norte y los 74° 18" y 74° 4" de longitud oeste.

El Municipio de Pacho es un territorio de la provincia de Rionegro el cual cuenta con mayor número de veredas, Según el PDM (2016-2019). Este indica que se encuentra distribuido el territorio así:

- El casco urbano del municipio tiene una extensión de 360.79 Hectáreas, esto corresponde a un 0,89% del territorio total.
- El casco urbano del corregimiento de Pasuncha tiene una extensión de 8.15 Hectáreas aproximadamente, esto corresponde a un 0.02% del total del territorio total.
- En un área suburbana que se entiende por las veredas Pajonales 88 Hectáreas aproximadamente, Cucharal 54,91 Hectáreas aproximadamente, esto para un total de 142.91 Hectáreas esto equivale a un 0.35% del total del territorio.
- La parte rural se compone por una extensión de 39.828,4 Hectáreas, esto tiene un porcentaje de 98,73% del total del territorio (pp26)

#### Condiciones climáticas

El municipio de Pacho cuenta con una variedad de climática, tiene una temperatura media que va desde los 22.9 °C y 25.1°C y su temperatura máxima está entre 27.6°C y 25.0°C. (p. 27).

#### Hidrografía

El municipio de Pacho cuenta con una gran diversidad hidrográfica, esto hace que en las épocas de verano no sufra tanto la escasez de agua, además tiene el páramo de Guerrero, lo cual motiva a las personas a conservar las fuentes hídricas del municipio según el POM (2016-2019).

#### Fuentes hídricas de Pacho Cundinamarca

La cuenca del alto de Río Negro depende de las siguientes subcuentas:

- Subcuenca de la Quebrada Amarilla
- Subcuenca de la Quebrada Honda
- Subcuenca del Río Rute
- Subcuenca del Río Batán
- Subcuenca del Río Patasía
- Subcuenca del Río Veraguas

El municipio de Pacho cuenta en su área Urbana con las siguientes fuentes Hídricas:

- Rio Rute o San Antonio
- Rio Batan o de la Ferrería
- Quebrada el Hatillo
- Quebrada Gotaqué o Guateque

Paisajes, fauna y flora

El municipio de Pacho cuenta con una gran variedad de flora y fauna la gran mayoría en conservación por la CAR. También apoya la protección de los animales, evitando la caza y la extinción de los mismos. Según el POM, (206-2019).

Flora

Zona de vida o formación vegetal de bosque muy húmedo montano bajo. (Altitud 2200 y 3600 metros.), en ella se ubican las subcuencas de los ríos Batan, Rute y Patasia especialmente y según la caracterización de la vegetación se encontraron tres asociaciones vegetales. Que son la asociación de vegetación arbustiva- herbácea alto andina, asociación de bosques natural secundario alto andino, y asociación de bosques naturales, primario alto andino muy intervenido, en su mayoría está compuesto por especies latifoliadas.

Zona de vida o formación vegetal bosque muy húmedo premotano (altitud 1200- 2200 metros.). Contemplan las subcuencas de los ríos amarillo, Veraguas y la Q. Honda, según la caracterización de la vegetación se encontró solo una asociación vegetal arbustiva-herbácea sub andina, y se hallaron dispersas por toda la zona de acuerdo a lo observado en los recorridos de campo.

Fauna

El bosque que aún existe en el municipio representa el único de la poca fauna que aun sobrevive a la acción de hombre, la caza y la deforestación han sido las principales causas que afectan la fauna, especies como el zorro ya son poco vistos por la comunidad , el soche aun es cazado con ayuda de perros y escopetas, otras especies con alta presión de caza son el fara que es considerado una plaga para las aves domésticas y para los cultivos de naranja , el runcho, el guache y el tinajo por su exquisita carne.

En cuanto a las aves, se identifican 13 especies conocidas en el corregimiento, pero se pueden encontrar muchas más especies de aves por las migraciones, entre las más comunes está el chulo, la pava, la torcaza, golondrinas, mirilas, arrendajo, toche, azulejo, chupaflor, donde estas especies se alimentan de frutos especialmente de clusia Sp, nectandra Sp, myrica Sp, Fucsia Sp, Miconia Sp, pero debido a la deforestación, estas aves se han desplazado a partes más altas del Municipio



La movilidad de especies de mamíferos abarca varias asociaciones vegetales, que van desde el bosque natural primario hasta las áreas con cultivos misceláneas y el campo abierto como en el caso de ardillas y ratones.

Estructura socio-demográfica (pirámide de edad, emigración, distribución socio profesional, etc.)

El municipio de Pacho tiene 27.179 habitantes, esta cifra es del año 2015 publicadas por el DANE, esta entidad realiza una proyección para los siguientes 5 años, según lo expresar el documento del POM (2016-2019) en esta tabla se pueden observar las siguientes cifras, para los años siguientes.

Proyección Población DANE			
Año	Urbano	Rural	Total
2015	15.376	11.803	27.179
2016	15.569	11.819	27.388
2017	15.763	11.821	27.584
2018	15.958	11.822	27.780
2019	16.154	11.823	27.977
2020	16.351	11.808	28.159

Gráfico No. 2 Proyección Población DANE

Fuente: Proyecciones DANE 2015

Figura 3. Cuadro proyección de población DANE (2015)

#### **Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.)**

El municipio cuenta con servicio de acueducto urbano y rural; los acueductos rurales son conformados entre beneficiarios, que se postulan voluntariamente para ocupar los diferentes cargos para que estos acueductos funcionen bien. El documento PDM (2016-2019). Nos brinda la información de que es lo que contiene la prestación del servicio del acueducto, y lo que se realiza, por parte de la empresa de servicio públicos, el sistema cuenta con una boca toma, tanque desarenado, planta de tratamiento, laboratorio para el análisis de agua y red de distribución (pp.39)

El municipio de Pacho cuenta con alcantarillado en el casco urbano, ha este se le realizan limpiezas periódicamente, para estar prevenidos en la época de lluvias, que ningún barrio sufra inundaciones por que las rejillas estén tapadas. PDM (2016-2019). Este documento nos comenta cuales son los diámetros que varían entre 6" y 32" las tuberías son de Concreto, Gres, y PVC. Los pozos de inspección están contruidos en ladrillo y concreto. (pp. 44)

Transportes (red de carreteras, red ferroviaria, transportes públicos, etc.)

El municipio de pacho tiene vías de acceso principales, las cuales están conectadas con el municipio con Zipaquirá y Bogotá, la siguiente vía es la que conecta al municipio con Supata y por esta vía se puede llegar a Bogotá, este también tiene vías secundarias que son

las conectan a la veredas con el casco urbano del municipio, y las terciarias que existen entre las veredas. El PDM (2016-2019), Expresa la siguiente información:

La Secretaria de Tránsito y Transporte Municipal, de Pacho en apoyo al mejoramiento vial del Municipio y para efectos de la elaboración del plan de desarrollo “Oportunidades y Progreso para Todos”. Se realizó el siguiente análisis:

Se evidencia que en el municipio de Pacho no existe un Plan de Movilidad que permita la mejora en las vías. En el municipio de Pacho Cundinamarca, en el periodo comprendido entre 2012 - 2015 se alcanzó un 52% en la señalización y demarcación de las vías urbanas y rurales. Se proyecta que para el transcurso del periodo 2016 – 2019 se planea alcanzar un 65%, donde se pretende priorizar las necesidades de la población por medio de un análisis de las vías, enfocándose primordialmente a las zonas escolares y la población discapacitada. Se prestará la instalación, demarcación y mantenimiento preventivo y correctivo de dicha señalización (p.90).

El municipio de pacho ofrece una variedad transportes públicos, la flota Rionegro o Gómez Villa, esta agencia ofrece transporte público desde Bogotá hasta el municipio, también tiene algunos servicios para las veredas en diferentes horarios, empezando sus recorridos desde las 4:00 de la mañana y finalizando con la última ruta a las 7:00pm de la noche, también tiene rutas directas, estas realizan sus paradas en Zipaquirá y Bogotá. Pacho tiene servicio de taxis y de vans estas pertenecen la agencia Ejecutrans, las cuales ofrecen los servicios desde pacho hasta la calle 170 (portal del norte) este solo sale cuando ya tiene el cupo completo.

La agencia de COOTRANSPACHO, ofrece servicios para conectar a las veredas con el municipio, también existen taxis que realizan expresos para los diferentes sitios del municipio de Pacho. El documento PDO( 2016-2019). Expresa la siguiente información:

Por medio de campañas pedagógicas orientadas a conductores de servicio público y particular, motociclistas, ciclistas, peatones, pasajeros. Estas campañas se realizan con el fin de orientar y capacitar a la población en prevención y seguridad vial. Realizar inspecciones a las empresas

de Servicio Público modalidad colectivo periférico, donde se verifique y controle el cumplimiento de los horarios y rutas establecidas a cada empresa, así como la comprobación de la documentación exigida por el Código Nacional de Tránsito (p.91).

Servicios (comercios, servicios de salud, etc.)

El casco urbano del municipio cuenta con recolección de basuras, las diferentes rutas tienen días asignados igual que sus horas específicas para que los habitantes saquen la basura, el corregimiento de Pasuncha a este lugar sola va la volqueta un día a la semana a realizar la

recolección de basuras. Pacho cuenta con un hospital este está dotado de medicina general, especialistas, y tiene servicio de hospitalización cuenta con ambulancias. El corregimiento de Pasuncha un puesto de salud este cuenta con medico en medicina general, enfermera y tiene ambulancia para atender las diferentes contingencias que se presenten en el corregimiento.

#### Historia

El municipio de Pacho Cundinamarca celebra su cumpleaños el 25 de agosto el año en el que se constituyó este municipio no es claro ya que hay documentos históricos que identifican años diferente pero a la fecha, el POM (2016-2019) realiza una pequeña historia del municipio:

Pacho es la cuna de la Industria Siderúrgica en Latinoamérica, desde 1.814 cuando, el Inglés Don Jacobo Wiesner encontró y comenzó a explotar los yacimientos de hierro y plomo para abastecer al ejército de Nariño; estableció su fundación de la Ferrería donde se hicieron los rieles para el ferrocarril de la Sabana y Girardot y numerosos Productos de la industria. Otra empresa de renombre ha sido la Polvorera Barragán, fundada en 1.875 por Don Pedro Barragán y también la Siderúrgica "Corradine". Pacho ha sido inspiración de poetas y cuna de historiadores, escritores, militares, educadores de renombre nacional como: Roberto Cortázar Toledo, autor del libro titulado "Nuevo Lector colombiano", de notables educadores como Agustín Nieto Caballero, Ana Francisca Lara, Clementina Fernández, Inés Suárez, de ingeniosos chanceros como Pedro Ávila, y Pedro Lucio Barragán. El Pachuño es persona amable, emprendedora, laboriosa y muy cordial con los visitantes. Siempre tiene en su mira el Mejoramiento, el Progreso, la Ciencia, la Cultura y el Bienestar Social, el Arte y el Deporte. (p.23).

#### **6.2. Análisis de listas de chequeo para oferta turística**

El presente estudio se hizo a partir de unas listas de chequeo para identificar qué es lo que tiene para brindar el municipio de Pacho en consecuencia a la oferta hotelera, con ello lo que hace, que sea activamente atractivo para los diferentes turistas que llegan allí por las diferentes razones propias a hospedarse, de esta manera se destacan unos factores positivos y negativos .

Se hace un análisis frente a un ítem como la infraestructura, tecnología, servicio, nivel de empleados, y certificación; en concepto de estudio que fueron un total de ocho establecimientos hoteleros.

El municipio Pacho cuenta con la infraestructura necesaria para realizar la actividad turística, dentro de este amplio análisis encontramos restaurantes, hoteles y demás prestadores turístico. En nuestro estudio se realizaron listas de chequeo a los diferentes establecimientos

que componen el inventario donde se puede analizar la capacidad y la calidad con la que los mismos prestan sus servicios.

Analizaremos cuantos ellos están legalmente constituidos, la capacidad de la infraestructura del municipio y la capacidad de mano de obra en el municipio.

### 6.2.1. Análisis de establecimientos de alojamiento

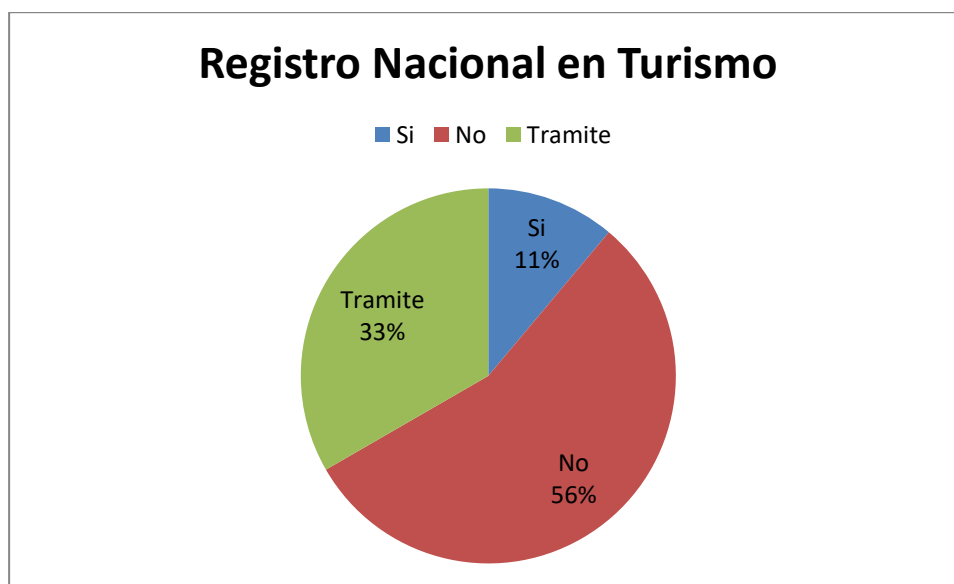


Figura 4. Registro de turismo. Ingrid Rivera y Amalia Rojas

En esta grafica podemos observar el nivel de informalidad de los establecimientos hoteleros, ya que, al no contar con el Registro Nacional de Turismo, se considera ilegal. Este se establece para todos los prestadores de servicios turísticos en Colombia, lo cual les permite ejercer actividades en diferentes subsectores como el de alojamiento. En el municipio hay un grado de informalidad del 50%, posteriormente se encuentran realizando el trámite de certificación un 37,5%, y un 12,5%; si cumple con el registro, pero el 100% de los hoteles no han gestionado al menos un proceso de certificación de calidad.

El resultado de este ejercicio permite Buscar la formalización de los prestadores de servicios, y mejorar la calidad.

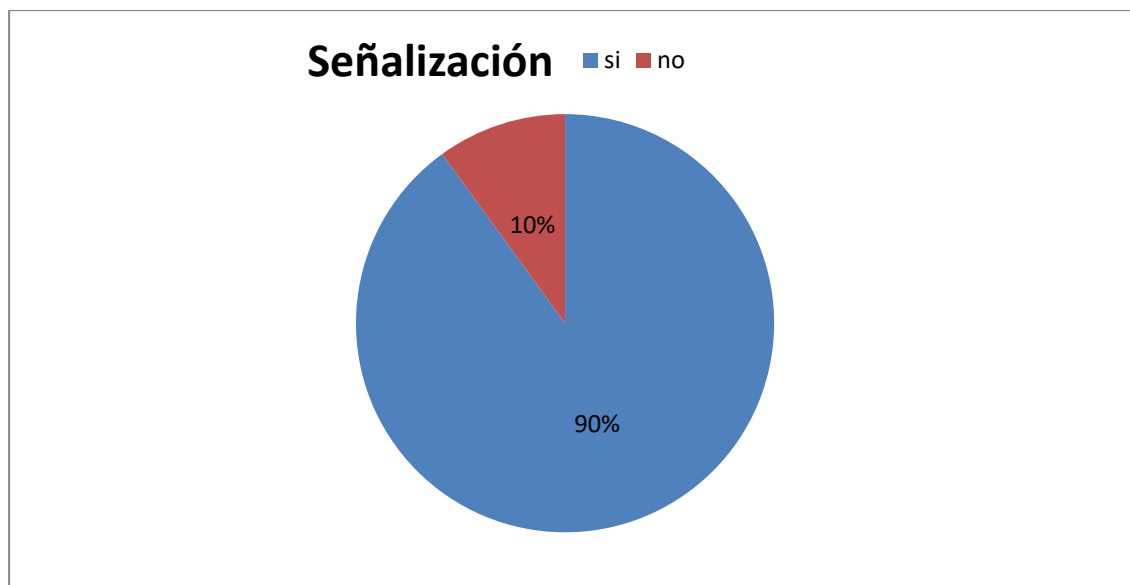


Figura 5. Señalización .Ingrid Rivera y Amalia Rojas

Las instalaciones del establecimiento deben cumplir con unos requerimientos para ser consideradas o aptas para el turista, con cualidades básicas como lo es iluminación, señalización, áreas construidas y muebles en buen estado. El 87,5% de los hoteles cuentan con una infraestructura adecuada, solo un 12,5% no tiene la señalización en este caso, pero en cuanto a los otros requerimientos 100% cumple con ellos. Estos son, el buen estado de la edificación y el estado de la entrada al hotel, 100% cumple con ellos.

El cuanto, al servicio al cliente y otros servicios, los alojamientos cuentan con factores diferenciales, una necesidad de los turistas es la de ser bien atendido y tener comodidades, todos los alojamientos estas disponibles las 24 horas, y solo un 12,5% tiene servicio de alimentación o restaurante con al menos el desayuno, lo cual pone en desventaja los demás establecimientos.

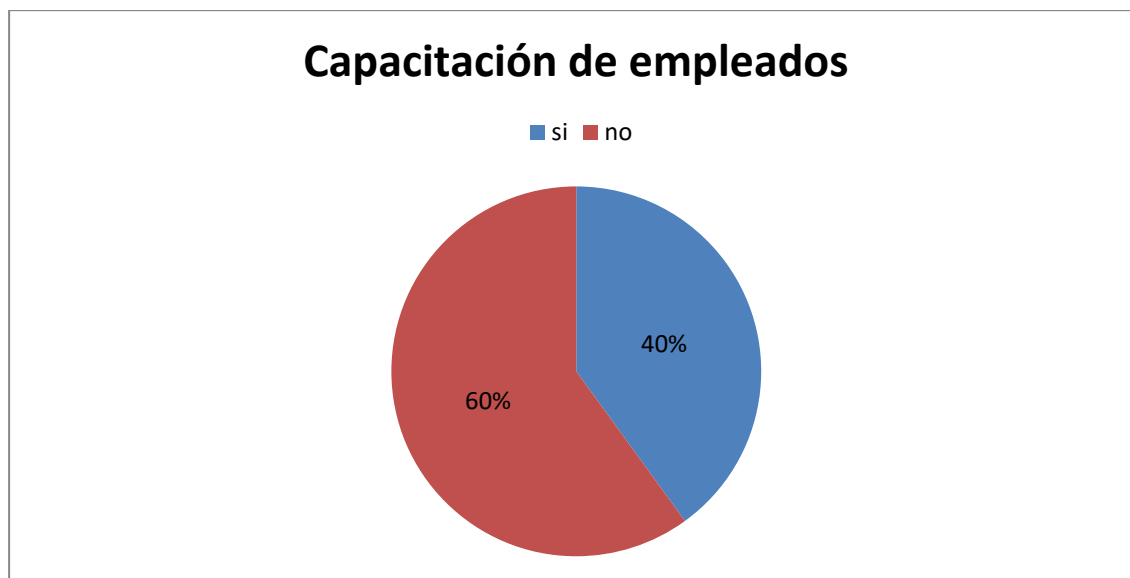


Figura 6. Capacitación de empleados. Ingrid Rivera y Amalia Rojas

Se considera que los empleados son clientes internos de un establecimiento por lo tanto garantizar que estén brindando un buen servicio y un total de 37,5% de los establecimientos están capacitando a sus empleados, es menos de la mitad de los encuestados en total ,es desfavorable ya que el ideal es buscar que los empleados conozcan cerca de como brindar un servicio , que necesita el hotel y en gestión de recursos humanos ;esto obtiene beneficios como lo es motivación de los empleados haciendo que trabaje gratamente que incide directamente en el servicio al cliente y la comunicación organizacional.

Otro punto a tratar frente a los empleados es el grado de bilingüismo, con un total de 100% no tiene nivel de segundo idioma, son cifras muy desfavorables por el factor de los extranjeros que no hablen el mismo idioma, fallando allí en servicio al cliente por lo tanto la perdida de cliente, se aconseja al personal para que lo vean como una oportunidad de mercados nacionales.

Este análisis se hace antes factores positivos y negativos que puede beneficiar y potenciar el turismo de Pacho ,desempeñando los principales atractivos que este posee; según datos suministrados por la encargada en turismo del municipio Nancy Moreno ,estos guías fueron preparados en el SENA hallando así que tiene su registro nacional en turismo y su respectivo certificado, preparados para prestar servicio de guianza ,cuentan con página web y correo electrónico para ser identificado y encontrados al público y quien lo solicite sus servicios, además de contar con la experiencia laboral guianza

El grafico anterior presentación la medición de la encuesta en lista de chequeo a 10 guías turísticos ,entre los factores negativos a igual que una de las falencias en los establecimientos

hoteleros<sup>2</sup> esta no pertenece a un gremio ,puede ser un beneficio tanto para cada guía y el municipio por determinarse que los guías están capacitados para pertenecer ,el otro factor es el bilingüismo de los , es negativo ya que el 100% no tiene conocimiento de segundo idioma, es necesario para poner contribuir al desarrollo del municipio ,siendo tentador para que los turistas que quieran conocer y dispongan a frecuentar el municipio

En el municipio de pacho tiene 46 establecimientos de comidas entre ellos son-. Restaurantes, cafeterías, piqueteaderos, comidas rápidas entre otros. Se realizó una visita a cada uno de ellos para determinar, los puntos negativos y positivos de cada uno de estos.

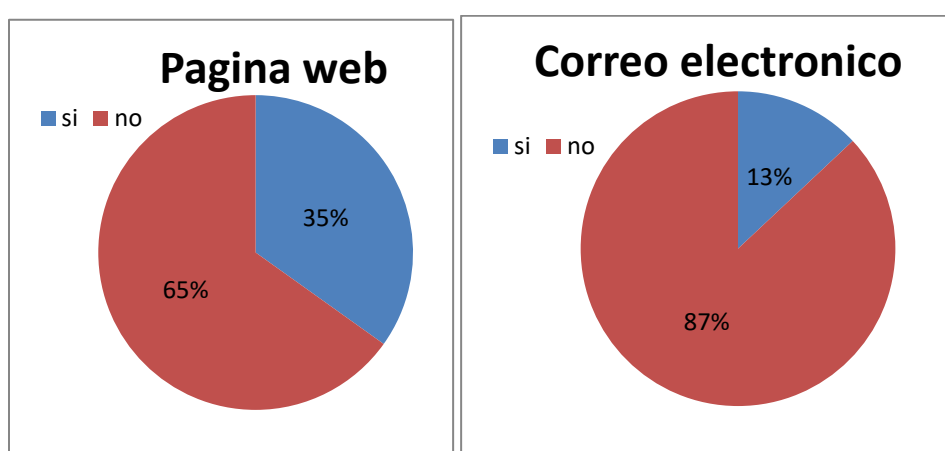


Figura 7. Los prestadores cuentan con página web y correo electrónico. Ingrid Rivera y Amalia Rojas

La evaluación que se realizó por medio de listas de chequeo para determinar en qué nivel tecnológico están los establecimientos , al verificar esta información se analiza que una gran parte de estos establecimientos no cuenta con página web y correo electrónico con un 65% para páginas web y 87% correo electrónico, es un determinante para darse a conocer y comunicarse con los cliente, la creación de una página web y/o correo electrónico para el establecimiento puede ser una herramienta de acceso de comunicación a clientes para factores de utilidad como lo es dar espacio a estos un buen servicio al cliente, hacer reservaciones y además dar espacios a las personas que los visitan de generar comentarios para posibles mejoras para establecimiento.

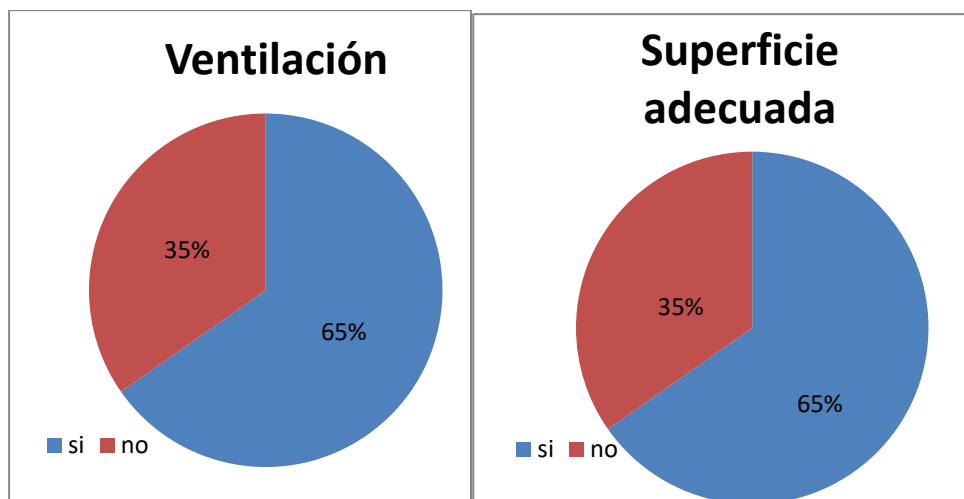


Figura 8. Ventilación y superficie adecuada .Ingrid Rivera y Amalia Rojas

En el municipio existen 46 restaurantes en los cuales se identificó sus condiciones de infraestructura destacando en el estudio las condiciones de ventilación y que contaran con la superficie adecuada para el buen funcionamiento de la actividad turística.

En el estudio se pudo identificar que en 82,6% de los restaurantes si cuentan con la ventilación pertinente para el buen funcionamiento de los mismos dentro del ejercicio turístico, mientras que tan solo un 17,4 % no cuentan con la ventilación necesaria, aspecto que beneficia la actividad turística ya que demuestras que los restaurantes del municipio en un primer aspecto cumplen con la ventilación necesaria para su buen funcionamiento.

Por otro lado estudiando la superficie de los mismos se encontró que el 65,2 % de los restaurantes cumplen con las condiciones adecuadas de infraestructura para en buen funcionamiento de los mismos, y tan solo un 34,8 % no cumplen con la infraestructura adecuada para su operación, lo que refleja el evidente primer aspecto positivo del municipio, puesto que la mayor parte de la infraestructura de sus restaurantes cumple con las condiciones básicas para el buen funcionamiento de la actividad turística.

### 6.3. Inventario turístico

El inventario involucra 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.

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.



Recordemos que un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Tabla 2. Ficha de inventario 1

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	IGLESIA SAN ANTONIO DE PADUA					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARC	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	CASCO URBANO, CENTRO					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	DIOCESIS DE ZIPAQUIRA					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	Carrera 17 N° 7-46					
1.7 TELEFONO/FAX	(1) 8540017 - 8540810					
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	0	1.9 TIPO DE ACCESO				
	TERRESTR	X	ACUATICO	FERREO	AEREO	
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO						
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.3.1					
2.2 DESCRIPCION	<p>la iglesi San Antonio de Padua se encuentra ubicada en el marco del parque principal, frente a la Alcaldía Municipal. es un bien que posee tres naves con accesos independientes y espadaña central para dos campanas. una parte del techo del templo se derrumb en 1982, lo que requirio una remodelacion total de su estructura. el templo nuevo se hizo teniendo en cuenta el espiritu e inspiracion liturgica trazaa por el Concilio Vticoano II y conservo su fachada original</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		21				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		21				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		26				
SUBTOTAL		68				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		74				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas		FECHA: 15 de septiembre del 2018		



Tabla 3. Ficha de inventario 2

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	HORNO DE LA FERRERIA					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	BARRIO LA FERRERIA					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	PRIVADO, DESCONOCIDO					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via puente de la ferreria km. 1					
1.7 TELEFONO/FAX						
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 kms	1.9 TIPO DE ACCESO				
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	Se toma la vía sin pavimentar hacia el sector de Puente Ferrería y aprox. a 1 km. se encuentra el Horno.					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.4.9					
2.2 DESCRIPCION	<p>el horno se encuentra ubicado en el barrio la Ferrria a 1km. del parque principal. la construccion de esta bien data del año 1833, y estuvi a cargo de expertos franceses como don Cipriano Medardo Merlin. se cree que duro cuatro años construyendose. el horno fue declarado patrimonio historico de Cundinamarca y de Colombia por la academia de historia en el año de 1996. este bien no encuentra en buen estado de conservacion, es necesario adecuar l lugar para visitas, informacion, sendero, placas explicativas, etec, y tomar las medidas necesarias para frenar su rapido deteriorio.</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		8				
CONSTITUCION DEL BIEN (21)		8				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		28				
SUBTOTAL		44				
<b>SIGNIFICADO</b>						
AL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL		6				
TOTAL		50				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA:15 de septiembre del 2018	



Tabla 4. Ficha de inventario 3

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1 NOMBRE	CAPILLA DEL DIVINO NIÑO						
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO				
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	CASCO URBANO						
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	DIOCESIS DE ZIQAQUIRA						
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via san cayetano km. 1						
1.7 TELEFONO/FAX							
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO					
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO	
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se toma la via hacia san cayetano a 1 km. Del parque principal frente al estadio municipal						
<b>2. CARACTERISTICAS</b>							
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.3.1						
2.2 DESCRIPCION	<p>La Capilla del Divino Niño esta ubicada hacia el norte 1 km aprox. del parque principal por la via que conduce a San Cayetano. esta capilla fue construida en homenaje al Divino Niño, por la paz alcanzada en la region del Rionegro y el occidente de boyaca, en el año de 1990. su construccion arquitectonica asemeja la figura de una paloma iniciando vuelo al cielo. posee una sola nave con acceso enmarcado en arco de edio punto, en su fachada reposa un hermoso y grande roseton. a su alrededor podems observar zonas verdes con bellos jardines y arboles frondosos.</p>						
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>							
CALIDAD		PUNTAJE					
ESTADO DE CONSERVACION (21)		20					
CONSTITUCION DEL BIEN (21)		20					
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		26					
SUBTOTAL		66					
<b>SIGNIFICADO</b>							
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6					
TOTAL		72					
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018		



Tabla 5. Ficha de inventario 4

FORMULARIO. SITIOS NATURALES						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	CHORRO DE VERAGUAS					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	VEREDA VERAGUAS					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	PRIVADO DESCONOCIDO					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via vereda veraguas, km 15					
1.7 TELEFONO/FAX						
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	15km	1.9 TIPO DE ACCESO				
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se toma la via hacia la vereda Veraguas y aprox, a 15 kms, se toma un camino peatonal, en un recorrido de 15 min					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	2.5.1					
2.2 DESCRIPCION	<p>Estas caidas de agua se encuentran en la vereda Veraguas, aprox. a 15kms. del casco urbano del municipio. estan conformados por cuatro cascadas con un promedio de 25 mts. e altura que se desprenden de una gran roca. el sitio es un importante recurso hidrico del municipio. la cia del lugar es un espectacular mirador, desde donde se observan el casco urbano de Pacho. alrededor de las cascadas, el visitante puede disfrutar e caminatas, estaciones de observacion de flora y fauna miradores entre otros. se requieren normativas para frenar el impacto negativo de la actividad turistica sin control</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		15				
CONSTITUCION DEL BIEN (21)		10				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		22				
SUBTOTAL		47				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		53				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre de 2018	



Tabla 6. Ficha de inventario 5

FORMULARIOS. SITIOS NATURALES						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	CHORRO DE VERAGUAS					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	CASCO URBANO					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	DIOCESIS DE ZIPAQUIRA					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via el negrete - canada km 10					
1.7 TELEFONO/FAX						
10KM	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO				
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se toma la via hacia Negrete y Canada y aprox. A 10kms. Se encuentra el lugar. Para llegar a la cascada, hay que tomar un sendero					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.3.1					
2.2 DESCRIPCION	<p>El Chooro e Virginia se encuentra ubicado en los limites de la vereda Canada y vereda Negrete aprox. a 10 kms. del casco urbano. es un espectacular caída del 500 mts. aprox, que ofrece unas imagenes hermosas de la cima. el sitio posee una temperatura proedio de 14c° y una altitud aprox. de 300 m.s.n.m. estas aguas nacen en la vereda Canada y en su recorrido van acaudaland las aguas de varias quebradas y arroyos para formar asi el rio Negro. para visitar este bello lugar es recomendable el acompañamiento de un guia de la region, llevar prendas apropiadas para el frio, igualmete llevar alimentos listos para consumir ya que no hay tiendas ni viviendas cerca</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		19				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		15				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		24				
SUBTOTAL		58				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		64				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018	



Tabla 7. Ficha de inventario 6


FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1 NOMBRE	Sancocho de gallina								
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO						
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	Casco urbano, centro								
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	restaurantes y negocios del municipio								
1.6 DIRECCION/UBUCACION	piqueteaderos y asaderos, restaurantes del municipio								
1.7 TELEFONO/FAX									
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO							
		TERRESTRE	X	ACUATICO		FERREO		AEREO	
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se puede degustar en algunos piqueteaderos y restaurantes del municipio, casco urbano								
<b>2. CARACTERISTICAS</b>									
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.6.2								
2.2 DESCRIPCION	<p>El principal plato típico del municipio es el Sancocho de Gallina. Este plato es un cocido de gallina campesina que se prepara con plátano, yuca y papa. Se puede acompañar con arroz blanco, aguacate y ají. En Pacho también se puede degustar del piquete de gallina, pasta con menudencias, bebidas como la chicha de maíz y el guarapo de caña. Estos platos típicos se venden en algunos restaurantes del municipio como en El Cucharal y en el Centro Recreacional Diego Pacho, también se pueden degustar en la plaza de mercado los fines de semana y en las celebraciones.</p>								
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>									
CALIDAD					PUNTAJE				
COLECTIVA (14)					13				
TRADICIONAL (14)					12				
ANONIMA (14)					14				
ESPONTANEA (14)					14				
POPULAR (14)					14				
SUBTOTAL					67				
<b>SIGNIFICADO</b>									
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)					6				
TOTAL					73				
									
DILIGENCIADO POR:			Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018			

Tabla 8. Ficha de inventario 7

FORMULARIO. SITIOS NATURALES						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	TORRE DE LOS INDIOS					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	VEREDA EL BOSQUE					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	PRIVADO DESCONOCIDO					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via vereda la ramada km 12					
1.7 TELEFONO/FAX						
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	17km	1.9 TIPO DE ACCESO				
	TERRESTRE	X	ACUATICO		FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se toma la via hacia la vereda el Bosque y aprox. a 12 km por la via sin pavimentar, se encuentra el sitio. Se puede legar en automvil					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	2.12.3.					
2.2 DESCRIPCION	<p>La Torre de los Indios esta ubicad al nordeste de la poblacion de Pacho, aprox. a 12km, sobre un contrafuerte de la cordillera que separa la hota del Rionegro de la altiplanicie. el sitio posee una altitud de 3.000 m.s.nm. estas formulaciones rocosas forman una paisasje monumentak y singular sobre el cerros. el visitante puede disfrutar de la armonia que transmite el lugar, realizar caminatas, observar la flora nativa de la region, practicar la fotografia, entre otras. es importante tomar las medidas necesarias para conservar el lugar</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		18				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		15				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		23				
SUBTOTAL		56				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		62				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA:15 de septiembre de 2018	





Tabla 9. Ficha de inventario 8


FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1 NOMBRE	Reloj de la torre de la cas consistorial								
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO						
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	casco urbano, centro								
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	ADMINISTRACION MUNICIPAL								
1.6 DIRECCION/UBUCACION	casco urbano, centro, marco del parque principal, torre palacio de Gobierno								
1.7 TELEFONO/FAX									
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO							
		TERRESTRE	X	ACUATICO		FERREO		AEREO	
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	El reloj reposa en la torre del palacio de Gobierno, torre Palacio de Gobierno								
<b>2. CARACTERISTICAS</b>									
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.5.2.10.								
2.2 DESCRIPCION	<p>El Reloj de la Casa de la Torre de la Casa Consistorial se encuentra ubicado en la cúspide del Palacio de Gobierno, marco del Parque Principal. Fue construido en 1910 por don Patrocinio Barragán en los talleres de la Fábrica de Pólvoras Barragán y donado por su artífice al Municipio. Corona en su cúspide el Palacio de Gobierno y es la atracción en el Parque Principal.</p>								
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>									
CALIDAD					PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)					19				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)					21				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)					27				
SUBTOTAL					67				
<b>SIGNIFICADO</b>									
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)					6				
TOTAL					73				
									
DILIGENCIADO POR:			Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018			

Tabla 10. Ficha de inventario 9


FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1 NOMBRE	plaza de Toros Arenas del Rionegro						
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO				
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	Barrio la Palmita						
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	Administración municipal						
1.6 DIRECCION/UBUCACION	Vía Bogotá, barrio la palmita 400 mts del parque principal						
1.7 TELEFONO/FAX							
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO					
		TERRESTRE	X	ACUATICO		FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	Se toma la vía hacia Bogotá y approx, a 400 mts del parque prncipal, se puede apreciar este recinto taurino						
<b>2. CARACTERISTICAS</b>							
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.4.5						
2.2 DESCRIPCION	<p>La Plaza de Toros se encuentra ubicada en el casco urbano del municipio, a 400 mts., aprox. del Parque Principal. El recinto taurino esta construido en cemento y acabados en hierro. Posee círculos concéntricos en su interior que forman las graderías, las cuales están protegidas por una barrera de cemento que separa el ruedo de los espectadores. Su estado de conservación, en general, es bueno, se requieren obras de mantenimiento, pintura, aseo y embellecimiento de zonas verdes. Allí se realizan exposiciones equinas y bovinas, corridas de toros, shows de ferias, entre otras actividades. . A 30 mts del recinto se encuentra La Plaza de Ferias.</p>						
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>							
CALIDAD		PUNTAJE					
ESTADO DE CONSERVACION (21)		18					
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		18					
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		26					
SUBTOTAL		62					
<b>SIGNIFICADO</b>							
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6					
TOTAL		68					
							
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018		

Tabla 11. Ficha de inventario 10

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1 NOMBRE	POLIDEPORTIVO MUNICIPAL LORENCIO DE TERRONEZ								
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO						
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	BARRIO LA PALMITA								
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	ADMINISTRACION MUNICIPAL								
1.6 DIRECCION/UBUCACION	via bogota, la palmita 400 mts del parque principal								
1.7 TELEFONO/FAX									
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO							
		TERRESTRE	X	ACUATICO		FERREO		AEREO	
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	Se toma la vía hacia Bogotá y aprox. a 400 mts del parque principal, se puede apreciar el recinto deportivo								
<b>2. CARACTERISTICAS</b>									
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.4.5								
2.2 DESCRIPCION	<p>El Coliseo municipal se encuentra ubicado en el barrio la Palmita, a 400 mts aprox. del parque principal. Fue construido en el año 1995 y lleva el nombre en homenaje al fundador del municipio. Fue adecuado para la práctica de deportes como basquetbol, voleibol, patinaje, futbol de salón, entre otros. Allí también se realizan los eventos culturales, conciertos, presentaciones, entre otros. El recinto también posee un parque infantil y un parque de tránsito para que los niños aprendan las normas jugando. Se encuentra en muy buen estado de conservación, se recomienda darle mantenimiento y aseo a sus zonas verdes aledañas.</p>								
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>									
CALIDAD					PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)					20				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)					18				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)					27				
SUBTOTAL					65				
<b>SIGNIFICADO</b>									
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)					6				
TOTAL					71				
DILIGENCIADO POR:			Amalia Rojas			FECHA: 15 de septiembre del 2018			



Tabla 12. Ficha de inventario 11


FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL- PATRIMONIO INMUEBLE						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	PUENTE DE ARCO					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	SALIDA A SUPATA					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	VIA PUBLICA					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	salida a supata km. 1					
1.7 TELEFONO/FAX						
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)	1 km	1.9 TIPO DE ACCESO				
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	se toma hacia supata y aproximadamente a 1 km se encuentra el puente					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.5					
2.2 DESCRIPCION	<p>El puente se encuentra ubicado en la vía que conduce a Supatá, aprox. a 1 kms. del casco urbano, sobre el Río San Antonio. El Arco esta compuesto por 520 piedras labradas de 1 mts de alto x 0,50 de espesor. La historia del municipio dice que este puente fue construido por los reclusos, como parte de su proceso de resocialización, dirigidos por el Maestro Alberto Camacho. Es importante que el bien cuente con una placa informativa donde se relate su importancia histórica y que se tomen las medidas necesarias para su correcta conservación.</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		17				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		21				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		26				
SUBTOTAL		64				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		70				
						
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas			FECHA:15 de septiembre del 2018	

Tabla 13. Ficha de inventario 12

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE						
<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 NOMBRE	PALACIO MUNICIPAL- CASA CONSISTORIAL					
1.2 DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA	1.3 . MUNICIPIO	PACHO			
1.4 CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	CASCO URBANO, CENTRO					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO	ADMINISTRACION MUNICIPAL					
1.6 DIRECCION/UBUCACION	Carrera 16 N° 7-29					
1.7 TELEFONO/FAX	8540950 / 8540921					
1.8 DISTANCIA ( desde el municipio mas cercano)		1.9 TIPO DE ACCESO				
		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA ACCESO	Se encuentra ubicado en el marco del Parque Principal, frente a la Iglesia San Antonio de Padua					
<b>2. CARACTERISTICAS</b>						
2.1 CODIGO DE ASIGNACION	1.1.4.1					
2.2 DESCRIPCION	<p>El Palacio Municipal se encuentra ubicado en el casco urbano, en el marco del Parque Principal, frente a la Iglesia San Antonio de Padua. Es una edificación de dos niveles, y un patio interior central alrededor del cual se encuentran las oficinas de la administración municipal. Posee acabados en puertas, marcos y pisos de madera. En su fachada se destaca una torre sobre la cual reposa el reloj y un balcón del segundo nivel sobre el cual se izan las banderas. Es una construcción imponente y la mas atractiva del marco del Parque Principal.</p>					
<b>3. PUNTAJE DE VALORACION</b>						
CALIDAD		PUNTAJE				
ESTADO DE CONSERVACION (21)		19				
CONSTITUCIÓN DEL BIEN (21)		20				
REPRESENTATIVIDAD GENERAL (28)		26				
SUBTOTAL		65				
<b>SIGNIFICADO</b>						
LOCAL (6) REGIONAL (12) NACIONAL (18) INTERNACIONAL (30)		6				
TOTAL		71				
DILIGENCIADO POR:		Amalia Rojas		FECHA: 15 de septiembre del 2018		



## **6. 4.Análisis Demanda**

El método que se utiliza para realizar la recolección de la información es la encuesta, esta permite identificar, cuales son los turistas que viajan al municipio de Pacho, que productos han consumido, en que establecimiento se han alojado, cuanto tiempo dura su estadía, en que temporada viajan al municipio.

Es importante recolectar información cualitativa por medio de la encuesta para poder identificar qué es lo que el turista prefiere al momento de la visita, de donde viene, que espera al momento de adquirir los diferentes servicios que les ofrecen los Pachunos, cuales son los motivos por los cuales viajan a Pacho, identificar qué es, lo que más le ha gustado al turista al momento de visitar el municipio y que es lo que no le gusta.

### **6.4.1 Análisis de la encuesta.**

La demanda turística es el resultado de la toma de decisiones que los individuos realizan para planificar sus actividades de ocio, Los productos y los servicios no son iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Lo que busca el turista por medio de esto es Obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra.

La demanda tiene unas características es muy elástica a los cambios económicos del mercado, Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países, los de moda en el destino de los viajes, Estacionalidad.

Proceso de toma de decisión para la demanda turística, motivación: la compone la imagen del destino, las necesidades que quiere satisfacer las personas, las decisiones que debe tomar el turista para adquirir el servicio. Socioculturales, formas y estilos de vida, en estos componentes se evalúa; Edad, Profesión, Empleo, Actividad económica, entre otros. El tipo de turista que es; de masas organizado/individual Explorador Impulsivo.

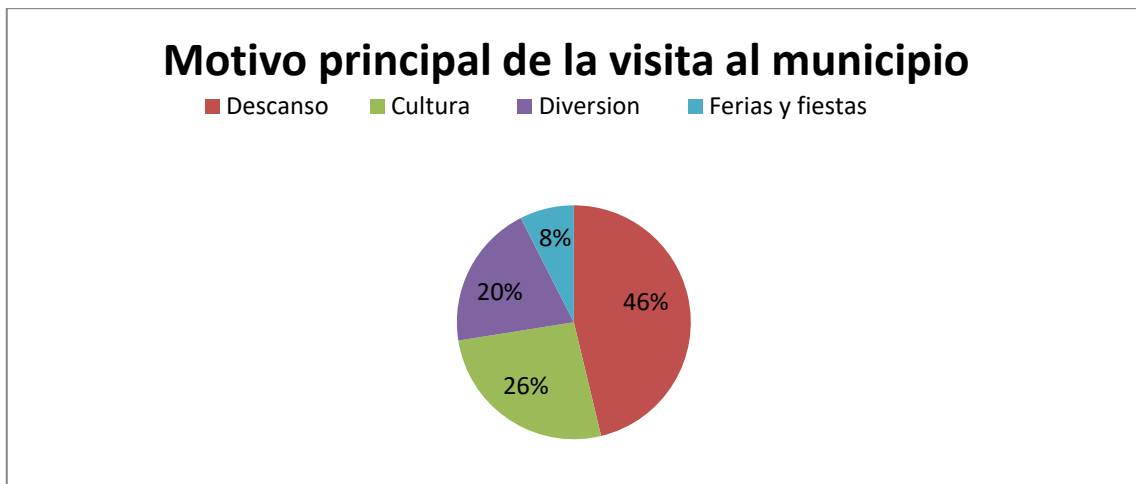


Figura 9. Motivo principal de la visita al municipio .Ingrid Rivera y Amalia Rojss

Por medio de las encuestas se pudo identificar cual es el motivo por el cual viajan los turistas a este municipio, un 46% dice que es por descanso ya que el municipio de Pacho es muy tranquilo, por otra parte un 26% de los encuestados indica que visita a este municipio por su cultura, el municipio de Pacho tiene una gran variedad de gastronomía como lo es el sancocho de gallina, y por ser la capital de la naranja de Colombia existen diferentes productos derivados de la naranja por ejemplo las galletas naranja, vino de naranja. El 20% de las personas que se encuestaron indican que viajan al municipio por diversión, ya que este municipio tiene una excelente zona de bares, tiene el estadio municipal en el cual se realizan torneos de futbol en los cuales participan personas de diferentes municipios de la región Y un 8% dice que por ferias y fiestas, estas festividades son las más importantes para el municipio, ya que las ferias se celebran en el festivo de julio, estas tienen un grado de significado para el municipio por que se realiza el reinado de la naranja, en este evento participan reinas de diferentes departamentos de país.

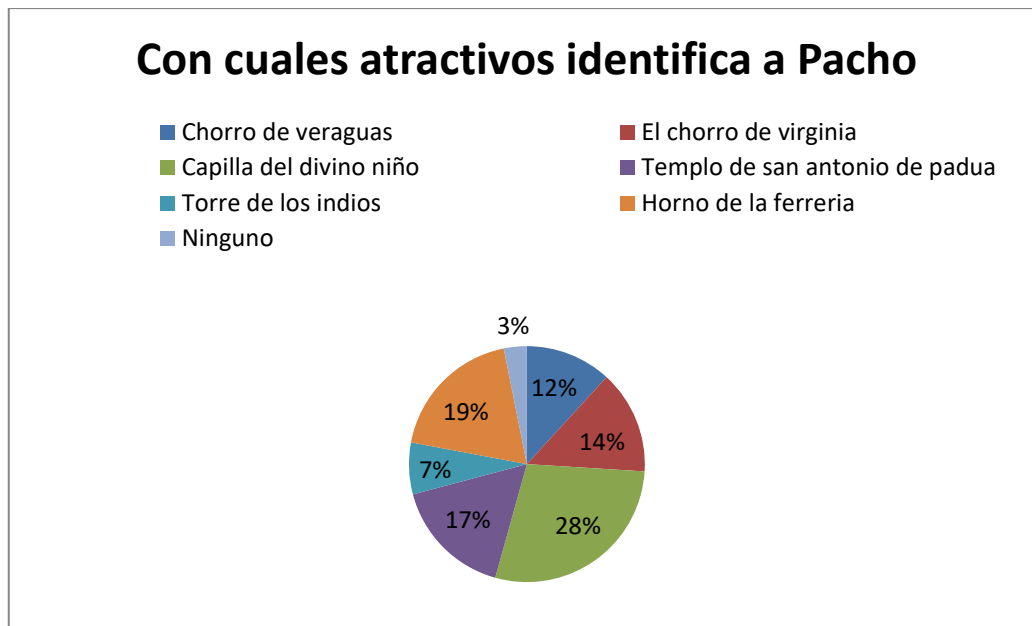


Figura 10. Con cuales atractivo se identifica a Pacho .Ingrid Rivera y Amalia Rojas

El municipio de pacho tienen una gran variedad de atractivos turísticos, algunos de estos son sitios naturales otros son sitios turísticos arqueológicos, las personas que se encuestaron un 28% indicaron que el sitio turístico que identifica al municipio es la capilla del divino niño, esta iglesia tiene un diseño arquitectónico que hace que los turistas quieran conocer más sobre la historia, posterior a eso a sus alrededores se encuentran diferentes restaurantes y piscinas.

El 19% dijo que el horno de la ferrería, está ubicado a 1km. del parque principal. Este monumento fue construido hacia el año 1833, y estuvo a cargo de expertos franceses como don Cipriano Medardo Merlin. Se cree que duró cuatro años construyéndose. El horno fue declarado patrimonio histórico de Cundinamarca y de Colombia por la academia de historia en el año de 1996. Este bien no encuentra en buen estado de conservación, es necesario adecuar el lugar para visitas, información, sendero, placas explicativas, etc., y tomar las medidas necesarias para frenar su rápido deterioro.

El 17% dijo que el templo de San Antonio de Padua, esta iglesia se encuentra ubicada en el centro del pueblo al frente del palacio municipal, este templo es uno de los más importantes del municipio de pacho ya que esta fue la primera iglesia que existió en el municipio, además de eso esta iglesia tiene segundo piso donde los peregrinos se pueden ubicar al momento de que haya una misa, esta iglesia está abierta desde las 6:00am hasta las 7:00pm,



El 14% de las personas encuestadas el chorro de Virginia, este es un sitio turístico natural, es una hermosa cascada que se despliega de una montaña, se encuentra ubicado en los límites de la vereda Canadá y vereda Negrete aprox. a 10 kilómetros. Del casco urbano. Es una espectacular caída del 500 mts. Aproximados, que ofrece unas imágenes hermosas de la cima. El sitio posee una temperatura promedio de 14c° y una altitud aprox. de 300 m.s.n.m. estas aguas nacen en la vereda Canadá y en su recorrido van a acaudalando las aguas de varias quebradas y arroyos para formar así el rio Negro. Para visitar este bello lugar es recomendable el acompañamiento de un guía de la región, llevar prendas apropiadas para el frio, igualmente llevar alimentos listos para consumir ya que no hay tiendas ni viviendas cerca.

El 12% indico que la torre de los indios, esta ubicada al nordeste de la población de Pacho, aprox. a 12km, sobre un contrafuerte de la cordillera que separa al Rionegro de la altiplanicie. El sitio posee una altitud de 3.000 M.S.N.M Estas formaciones rocosas forman un paisaje monumental y singular sobre el cerro. El visitante puede disfrutar de la armonía que transmite el lugar, realizar caminatas, observar la flora nativa de la región, practicar la fotografía, entre otras. Es importante tomar las medidas necesarias para conservar el lugar, ya que se encuentra en deterioro y es un sitio turístico hermoso y muy particular.

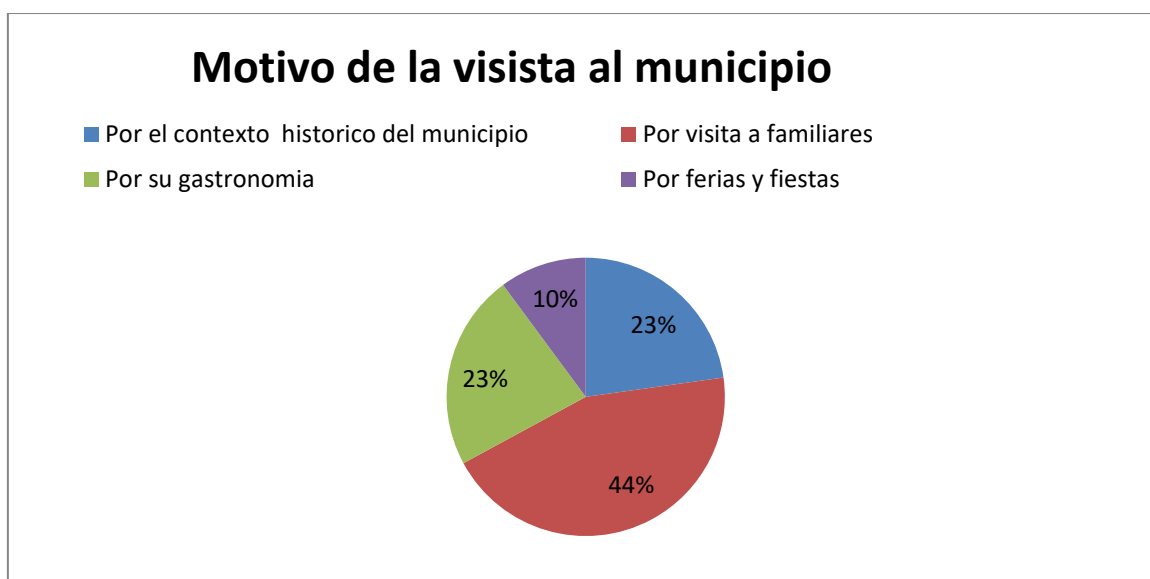


Figura 11. Motivo de la visita al municipio .Ingrid Rivera y Amalia Rojas

Los turistas viajan al municipio de pacho por diferentes motivos, el 44% de las personas dijo que viajan al municipio por visita a familiares, el 23% indico que por su

gastronomía y contexto histórico, ya que el municipio tiene un contexto histórico con el narcotráfico, por motivo del señor Gonzalo Rodríguez Gacha este personaje muy influyente en una época en el municipio, existen lugares que hacen referencia a este señor.

El municipio posee una gran variedad de gastronomía, uno de los platos favoritos es el chupao de gallina, además de eso se evidencia los productos derivados de la naranja, estos son: vino de naranja, galletas de naranja, postres de naranja, sabajon de naranja, estos platos son los más apetecidos por las personas que visitan al municipio, ya que es la fruta que identifica al municipio. Además de eso esta es la más dulce que tiene a nivel Colombia.




Figura 12. Café Pacundi (2015)

Pacho Cundinamarca, es uno de los municipios de la región del Rionegro que tiene su propia marca de café “CAFEPACUNDI”, el café es el que se cosecha en la región.

El 10% de las personas encuestadas dijo que por las ferias y fiestas del municipio, es una de las celebraciones más importante del municipio, por que se celebra el reinado de la naranja

### 6.4.2. Identificación de los prestadores de servicios turísticos que cuentan con RNT.

Tabla 14. Identificación de los prestadores

Tipo de prestador	Ubicación y características	Imagen fotográfica
Hotel california	<p>Ubicación: calle 7 # 28 -227</p> <p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 23 habitaciones para no fumadores</li> <li>✓ Restaurante y bar o salón lounge</li> <li>✓ Piscina cubierta</li> <li>✓ Servicio de limpieza diario</li> <li>✓ Jardín</li> <li>✓ Caja de seguridad en la recepción</li> <li>✓ Periódicos gratuitos en el lobby</li> <li>✓ Recepción con horario limitado</li> <li>✓ Asistencia turística y para la compra de entradas</li> <li>✓ Desayuno completo gratis, wifi gratis y estacionamiento gratis</li> </ul>	

Fuente propia

## Análisis DOFA

Tabla 15. DOFA

	<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>
<b>I N T E R N O</b>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El municipio cuenta con productos derivados de la naranja</li> <li>✓ Cuenta con los tres pisos térmicos (frio, templado y cálido), y esto hace que el municipio tenga una gran variedad de agricultura.</li> <li>✓ Cuenta con biodiversidad de sitios turísticos naturales.</li> <li>✓ El municipio es reconocido por la Capilla del Divino Niño ante los turistas</li> <li>✓ Producción de naranja todo el año</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No hay un reconocimiento por los sitios turísticos que tiene el municipio</li> <li>✓ La secretaria de turismo carece de acciones relacionadas con el turismo</li> <li>✓ No hay programas para los que se gradúan de 11 para que continúen estudiando en el municipio.</li> <li>✓ La vía de acceso al municipio no se encuentra en buenas condiciones</li> <li>✓ Pacho no cuenta con puntos de información turística</li> <li>✓ No hay capacitaciones para los prestadores de servicios</li> </ul>

<b>E</b> <b>X</b> <b>T</b> <b>E</b> <b>R</b> <b>N</b> <b>O</b>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Potenciar al municipio turísticamente, ya que cuenta con importantes sitios turísticos.</li> <li>✓ Nuevos trabajos para los residentes, a partir de los atractivos turísticos.</li> <li>✓ Liderar procesos integradores entre los municipios de la provincia del Rionegro</li> <li>✓ Cuenta con excelente capacidad de determinación y producción del suelo, los cuales ayuda a mejorar la situación económica del municipio.</li> </ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los jóvenes buscan oportunidades de calidad de vida en otros lugares.</li> <li>✓ La economía no tiene la capacidad de generar nuevos puestos de empleos.</li> <li>✓ No cuenta acceso de puntos turísticos dentro del municipio.</li> <li>✓ Los establecimientos de hospedaje no cuentan con Registro Nacional de turismo</li> <li>✓ Algunos sitios turísticos están, en estado de abandono</li> <li>✓ No cuenta con la infraestructura adecuada para la llegada masiva de los turistas</li> </ul>
--	--	--

**Fuente propia**

## 7. Capítulo II. Método de planificación más factible para el desarrollo del municipio

Los procesos de planificación turística han sido integrados para la identificación de la competitividad que puede surgir en torno al turismo en el municipio de Pacho; al realizar una evaluación se han seleccionado metodologías para desarrollar unos requerimientos o tareas a seguir, con el fin de verificar con que factores cuenta el municipio para proponer una estrategia de competitividad turística.

Se identifican las potencialidades con que cuenta el municipio para generar desarrollo turístico, además cuales son los recursos que pueden promocionarlo. También los aspectos que están afectando y negando la posibilidad de implementar una nueva fuente de ingresos económicos para los residentes, en la búsqueda de empleo y nuevas oportunidades de crecimiento. A partir de este contexto se propone realizar un análisis de los diferentes modelos de planificación, para seleccionar el que más aplique de acuerdo a las condiciones del municipio.

### 7.1. Planificación turística



Figura 13. Presentación master de turismo (2015)

La planeación turística ha sido definida de manera general como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico de un territorio en particular. (Molina, 1986).

La planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente locales; y por otro

lado, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos turísticos de competencia creciente.

La planificación estratégica turística está enfocada hacia la organización del destino turístico y hacia el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno (análisis FODA) mientras que la planificación tradicional se exenta de ningún análisis interno del destino sino que más bien se enfoca en la resolución de un determinado problema en vez de servir adecuadamente como una herramienta al servicio de la organización del destino turístico.

Por todo esto, es también importante incluir en este apartado la "ordenación turística", que es quien puede afrontar a la planificación, ya que supone la expresión espacial de las políticas económica, social, cultural y ecológica de cualquier sociedad, y constituye una de las áreas de actuación de los poderes públicos más claras e importantes en orden a conseguir un uso y disfrute equilibrado y óptimo del territorio y de sus recursos naturales, proporcionando una adecuada respuesta a los deseos sociales de elevar la calidad de vida. Es evidente, por tanto, que la planificación de la actividad turística deberá estar presente en la ordenación territorial, tanto de forma genérica en los instrumentos que definen el modelo territorial (Planes o Directrices de Ordenación Territorial), como de forma más concreta en los instrumentos parciales, ya sean de ámbito territorial o sectorial, con las que se encuentra en una relación de interdependencia al incidir sobre la misma base territorio

## 7.2. Modelos de planificación

### 7.2.1. Modelo de planificación integral de turismo (1987).

Fase	Actividades (etapas)	Documento
Definición	Diagnosís Prognosis Establecimiento de fines Selección de estrategias Selección de instrumentos	Plan
Aplicación	Programación Presupuestación Instrumentación Evaluación	Programa Proyecto

Figura 14. Planificación integral Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006)

Este modelo de la revista Quivera (2006) consta de una combinación de Molina y Rodríguez, conceptos ya antes propuestos por Molina pero en este caso reintegrado para generar mejores alternativas para el desarrollo de óseo y tiempo libre de los residentes, este método se nombra dentro de los propios a utilizar por su sencillez y practicidad de uso, a partir de dos fases una de planeación y la otra como la creación de un proyecto.

La primera fase está compuesta por la etapa del diagnóstico donde se aclara en qué contexto se encuentra el destino, esta fase se denomina definición y está compuesta por un diagnóstico de la situación actual, la cual da un referente de cómo se encuentra en destino para iniciar el proceso de planeación.

Luego se establecen los pronósticos aplicados a las posibilidades de desarrollo que tiene el destino. Posteriormente se seleccionan las estrategias para dar soluciones a los problemas que se encontraron. Luego se revisan que instrumentos se van a utilizar para dar desarrollo a las estrategias que se plantearon.

En la segunda fase se inicia con la programación en esta etapa se fija un tiempo determina para dar solución a cada uno de los problemas que se encontraron, después de esto se fija un presupuesto que se necesita para desarrollar cada una de las actividades que se necesitan para dar cumplimiento a la programación que de planteo.

En la selección de instrumentos se busca el más indicado para llevar un control de que si se esté cumpliendo cada una de las actividades propuestas, luego de eso se realiza la evaluación para comprobar que si se realizó todo lo que se propuso, y poder identificar que falencias que hubieron al momento de dar desarrollo a las estrategias que se diseñaron, para dar la solución a los diferentes problemas.



### 7.2.1. Modelo de planeación económica de turismo de Bote (1990).



Figura 15. planeación económica. Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006)

Este modelo encontrado en la revista de Quivera (2006) por el autor Bote contiene más antes a desarrollar por considerarse aún más completo para el análisis de capacidad turística que puede tener municipio por tomarse acerca de la comunidad receptiva y los efectos ambientales que afectan el entorno turístico.

Costa de una fase de investigación o diagnóstico que inicialmente es un subsistema de planeación a partir de información disponible, análisis y sistematización de información para el recaudo de los datos pertinentes con forme a unos ítem importancia y función de la economía en el turismo, estudios sobre la demanda turística, estudio sobre los recursos turísticos, y finalmente se hace un identificaron de estragamientos.

Fase de formulación de la estrategia está compuesta por la propuesta de objetivos, previsión de oferta y demanda turística; es decir la determinación del conjunto de aspectos que lo componen, identificación de programas y proyectos y se realiza un análisis de la inversión de la estrategia.

Luego está el subsistema de ejecución que tiene como ítem la definición de proyectos específicos, la financiación de proyecto y así mismo la definición total de la inversión en la infraestructura turística, y la búsqueda de la política turística para el mismo.

Y para terminar el modelo tiene un subsistema de evaluación y control del mismo para el municipio donde se identifican las desviaciones y si las posibles causas.

### 7.2.3. Modelo de planeación a nivel nacional de Pearce (1998).

Fuente: Quivera revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales

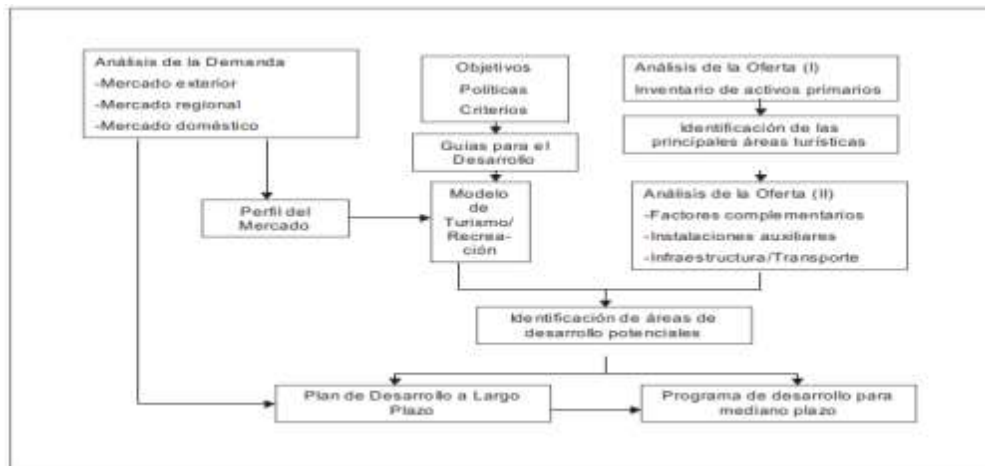


Figura 16. Planeación a nivel nacional Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales (2006)

Este método encontrado en revista Quivera (2006) está compuesto por propuestas generadas por el plan de turismo de Tailandia de desarrollo turístico, para identificar las principales áreas potenciales de un lugar, al ser tenido en cuenta dentro de los modelos para la planificación turística del sitio se valora de grado de desglose para analizar el municipio un el principal factor que es la oferta y demanda que esta analizada en el capítulo anterior, este método define unos conceptos claves esenciales para el proyecto.

Es un proceso consecutivo que inicia con un análisis de la demanda de un producto o servicio es el volumen de compras realizado por un grupo de consumidores, en una aérea geográfica definida, en un periodo definido y en un lugar determinado.

La demanda global se refiere al volumen de compras de un producto, la demanda potencial es el volumen máximo al que podría llagar la demanda global (en un periodo de tiempo y para un grupo determinada de compradores).

Luego se realiza el análisis de la oferta por creación de inventarios de activos primarios, se idéntica las principales aras turísticas y este análisis está compuesto por factores complementarios, instalaciones auxiliares y la infraestructura y trasporte del municipio

Los métodos que se necesitan para determinar la demanda son las encuetas donde se puede identificar cuáles son los motivos o preferencias del sitio turístico que está

visitando, paneles con descripción de las cosas que existen en el lugar, fotos e información de contacto.

En las temporadas bajas la demanda se puede diseñar diferentes estrategias para que ayuden a incrementar las ventas esta pueden ser, realizar promociones, para que las personas se motiven y visiten el lugar, lo otro que se puede bajar los precios para así ocupar el destino. Se cabe aclarar que las personas en temporada baja no viajan por voluntad propia. Por eso se tiene que diseñar este tipo de estrategias para que el lugar genere ingresos.

Una vez hecho el análisis de la oferta se revisa en número de empresas instituciones privadas o públicas que se dedican a la detección, incitación o satisfacción directa o indirecta de una necesidad, la oferta identifica los tipos de alojamiento, transporte, restaurante, la infraestructura, organización de viajes.

La oferta comprende la tecnología que las diferentes empresas deben diseñar la tecnología para que el cliente se sienta más cómodo, y ahorre tiempo en su estadía, a los empleados se den dar capacitaciones para que estén actualizados y tenga la información concrete para brindársela a los cliente.

La facilidad de acceso a los servicios es uno de los elementos que pueden representar un beneficio extra para el turista. Esta fusibilidad puede estar dada de diferentes formas: desde la disponibilidad de estacionamiento, hasta el otorgamiento de transporte gratuito desde el aeropuerto hasta el hotel y viceversa.

Un factor importante de la oferta es la localización del servicio, este constituye la gestión de algunos establecimientos hoteleros, por ejemplo, y ello por el hecho de que algunos turistas prefieren sacrificar algo de calidad en el servicio, por el “beneficio” que les representa estar cerca de los atractivos turísticos que motivaron el viaje.

#### **7.2.4. Plan turístico convencional.**

Encontrado en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s,f) esta metodología es un plan estratégico empleado para departamentos que apenas se está haciendo un descubrimiento potencial o buscan fortalecer su actividad turística, estos lineamientos se han generado a partir de la ley 152 de 1994 (ley orgánica del plan de desarrollo) se ha coordinado para planes de asistencia de diferentes departamentos partir de:

##### **7.2.4.1. Límites y potencialidades**

- Información general

Se realiza la recolección de información del sitio turístico, luego se ordena y se investiga por los diferentes medios para saber más sobre el lugar, para después sacar diferentes hipótesis sobre el lugar.

- Evolución de mercado
- Atractivos turísticos

Se realiza una recolección de información para diligenciar inventario a cada uno de los atractivos turísticos de los sitios turísticos de un lugar, y así darle una puntuación a cada uno de estos para de estos atractivos para identificar cuál de estos es que representa al lugar.

- Infraestructura

La infraestructura de un lugar debe estar en óptimas condiciones, para que las personas que lo visitan queden a gusto y no tengan ningún inconveniente al momento de utilizar los diferentes escenarios, una buena infraestructura en los diferentes lugares turístico o empresas prestadoras esto hace que las personas recomienden, y se obtengan más clientes.

- Planta turística
- Superestructura
- Necesidades de educación para el turismo

Se les exigen a las personas que quieren trabajar en este lugar, los determinados estudios para poder ejercer un determinado cargo en el sitio turístico. Para así poderle brindar la información adecuada y precisa a los diferentes turista que lo visitan.

- Uso de tecnología

#### **7.2.4.2. DOFA, problemas e imagen**

En el DOFA se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas del lugar esta matriz ayuda a solucionar problemas a potenciar el sitio turístico, y lo más importante se pueden cruzar las variables del DOFA. Convertir las debilidades en fortalezas, las amenazas en oportunidades.

#### **7.2.4.3. Objetivos**

#### **7.2.4.4. Estrategias**

Después de revisar toda la información e identificar los diferentes problemas que existen, se puede proceder a diseñar diferentes estrategias, al trazar estas. Se debe colocara en marca para poder ver los resultados que se obtienen.

#### **7.2.4.5. Programas y proyectos**

- Mercadeo y promoción

La promoción de un lugar es algo muy importante, ya que las personas se pueden enterar por los diferentes medios y por el mismo inclinarlos a adquirir los diferentes servicios que se están ofreciendo de un determinado sitio turístico, la promoción es una de las estrategias más adecuadas para a dar a conocer un lugar.

- Mejora de infraestructuras
- Coordinación de superestructura
- Mejora de tecnología
- Atracción de inversión

### **7.2.5. Esquema de planeación turística para competitividad.**

Esta metodología se compone por la metodología convencional de 1996 propuesta por Ministerio de Comercio, industria y Turismo, pero se sigue adaptando de acuerdo al as necesidades de la ciudad o municipio que necesita favorecerse del mismo, la metodología se ha generado a partir de los planes de ordenamiento territorial basado en el estudio de competitividad de turismo en Colombia.

Esta metodología se creó con la finalidad de reunir más ítems, a seguir se generaron unos lineamientos a partir de la demanda turística para determinarse la competitividad del municipio en primer lugar todo lo que conlleva a los atributos del producto, es definición de la potencialidad que componen el producto con base a la infraestructura, nivel equipamiento, acceso, facilidades y condiciones del entorno

El segundo lineamiento su estructura empresarial y de explotación que los fuertes atractivos que tiene este que se puede explotar posiblemente está determinado por factores de la oferta,

Tercer lineamiento posición el mercado conllevada por la demanda y sus facilidades de ser éntrate en el mercado turístico ya sea por su precio, grado de satisfacción y fidelización por parte del consumidor.

El cuarto lineamiento son sus factores de producción y tecnológicos está basado en la capacidad de talento humano, de maquinarias, tecnologías con que puede contar para ser productivo en un mercado competitivo.

### 7.3. Cuadro comparativo

Tabla 16. Cuadro comparativo

Modelo de planificación integral del turismo	Modelo de planeación económica del turismo	Modelo de planeación a nivel nacional	Plan turístico Convencional	Esquema de planeación turística para competitividad
<p>El primer modelo nos habla del diagnóstico, y este nos conlleva a realizar una contextualización del municipio, luego se deben general unas estrategias para este lugar y finalmente se debe realizar un control y evaluación de lo que se propuso.</p>	<p>Este modelo es más completo, ya que nos lleva a realizar un análisis de la oferta, además de eso se realiza un recolección de información turística, además de eso se evalúa los sitios turísticos que contienen el lugar.</p> <p>Este modelo ayuda a identificar los proyectos que existen para el lugar en cuanto al turismo, y cuáles son las entidades que ayudan al financiamiento de esta propuesta.</p>	<p>En este modelo se evalúa la oferta y la demanda, este es completo ya que se identifica los diferentes pasos para llevar a cabo la evaluación y recolección de información, para identificar qué es lo que tiene el municipio y por qué las personas viajan al sitio turístico y cuáles son sus motivos para ir a este lugar.</p>	<p>Este modelo es el más completo de todos ya que en este se puede diseñar el DOFA, generar estrategias, diseñar objetivos, también se puede proponer mejoras en la infraestructura, promocionar un destino.</p> <p>Se puede identificar que falencias existen en cuanto a la educación del turismo,</p>	<p>La metodología se adapta de acuerdo a las necesidades de la ciudad o municipio que necesita favorecerse del mismo, la metodología se ha generado a partir de los planes de ordenamiento territorial basado en el estudio de competitividad de turismo en Colombia.</p>

#### **7.4. Metodología escogida**

Para concluir este capítulo se determinó que el modelo que más se adapta a las características del municipio, para destacar que puede ser lo más favorable para el municipio de Pacho, la metodología de planificación turística es una herramienta que analiza los aspectos, se han creado varias, pero se basan en detallar todo lo que este municipio se pueda fortalecer.

La metodología de planeación turística para la competitividad se acopla a las necesidades del municipio que es poseedor de atractivos turísticos los cuales no están planificados para desarrollar la actividad, es necesario desarrollar la metodología análisis de todos los factores que pueden lograr que las entidades y personas se unan para emprender a mejorar los puntos negativos y disponer de las acciones propuestas en el siguiente capítulo.

##### **7.4.1. Atributos de su producto.**

- Atractivos turísticos (inventario)
- Nivel de equipamiento del destino
- Infraestructura general: redes de carretera, ferrocarriles, autobuses, aeropuerto, suministro de agua, electricidad, recolección de basura, servicios médicos, financieros y de telecomunicaciones.
  - Acceso y facilidades de transporte: distancia física y temporal de los mercados de origen, frecuencia, facilidad y calidad de acceso por aire, ferrocarril o por carretera.
    - Nivel e diferenciación de la oferta
    - Condiciones de entorno
    - Relaciones económicas sociales, comerciales, flujo histórico o reciente de inmigraciones, culturas, lengua y religión comunes
    - Actitudes con respecto a los turistas: calor de la acogida, facilidad de comunicación, voluntad de informar al turista, ausencia de hostilidad hacia el visitante
    - Distancia cultural: imposibilidad de comunicación, tabúes, alto índice de pobreza, sistemas de valores completamente diferentes

- Seguridad: inestabilidad política , terrorismo ,alto índice de criminalidad , control aéreo poco fiable , corrupción de los servicios administrativos y policiales
- Aspectos sanitarios: baja calidad de los prestaciones médicas , enfermedades y epidemias, comida o bebida poco usuales

#### **7.4.2 Estructura empresarial y de explotación.**

- Volumen de oferta : empresas y productos
- Sistemas de gestión
- Cultura organizacional
- Tasa de ocupación
- Margen de explotación

#### **7.4.3. Posición en el mercado.**

- Nivel de precios
- Nivel de concentración de la demanda
- Cuota de mercado
- Canales de comercialización principales
- Nivel de satisfacción de la demanda
- Nivel de fidelización de la demanda
- Nivel notoriedad en el mercad

#### **7.4.4. Factores de producción y tecnología.**

- Disponibilidad de mano de obra
- Cualificación de recursos humanos
- Recursos tecnológicos disponibles
- Costo de los factores

#### **7.4.5. Papel de la superestructura.**

- Organización del destino: agilidades de organización de clúster ,productividad
- Gestión : marketing del destino , gestión general del destino
- Información: investigación, información interna



## **8. Capítulo III. Estrategias de desarrollo turístico mediante matrices de competitividad**

Para el tercer capítulo se diseñarán estrategias que fomenten y desarrollen el turismo en el municipio, por otro lado se establecerán las principales problemáticas que presentan el mismo, esto se evaluará a partir de una matriz de compromiso de la competitividad turística previamente establecidas por el Viceministerio de turismo.

Según, Quesada, R., Fontana, Y., Sánchez, A., & Fonseca (2011) “la calidad de los servicios turísticos se fundamenta en varios principios, estos deben convertirse en estrategias que permitan brindar un servicio turístico de calidad y comprometido con la sostenibilidad” (P. 229)

Basados en lo anterior para diseñar el tercer capítulo se tomarán los resultados obtenidos en los capítulos I Y II, ya que en estos se realizaron análisis de la oferta y demanda turística del municipio, se pudo observar por medio de ellas los problemas que se tiene el municipio.

### **8.1 Explicación de las características de la matriz.**

**Problema:** Identificar factores negativos que se pueden presentar en el macro entorno y micro entorno en este caso el municipio y sus principales falencias, este mismo se plantea para determinar una mejora en armonía con la solución que conduzca a la productividad turística .

**Estrategia:** es un plan establecido a partir de distintas tareas que se planean para la mejora de esas problemáticas a futuro que serán recomendadas para el municipio.

**Acciones:** son las actividades a realizar para ese plan de las estrategias.

**Tiempo:** es el periodo de tiempo que se dispone para el desarrollo de estas estrategias y acciones, se establece un lapso de tiempo porque cada problemática es diferente y es necesario determinar diferentes tiempos.

**Responsable:** es quien está a cargo del plan.

**Coordinado:** es quién vigila el cumplimiento del plan que se establece con sus respectivas estrategias y acciones.

Seguimiento: es las actividades que se determinan para evaluar y verificar el desempeño del plan.

Luego se hace el enlace con el capítulo anterior para resolver la metodología escogida, después de resolver la matriz de compromisos de competitividad para el municipio, con la finalidad de generar estrategias para el municipio, este capítulo concluye con el ideal de este trabajo de grado que es proponer unas estrategias para inferir en la economía del municipio y sus habitantes a partir de los elementos que se pueden potenciar en el municipio, influyendo en la comunidad para que procesan a esta propuesta es una oportunidad de mejora a nivel económico y educativo por lo que se propone aquí para las personas.

### 8.2. Matriz de competitividad del Viceministerio del turismo

La mayoría de los prestadores turísticos no está formalizados, no cuentan con el R.N.T

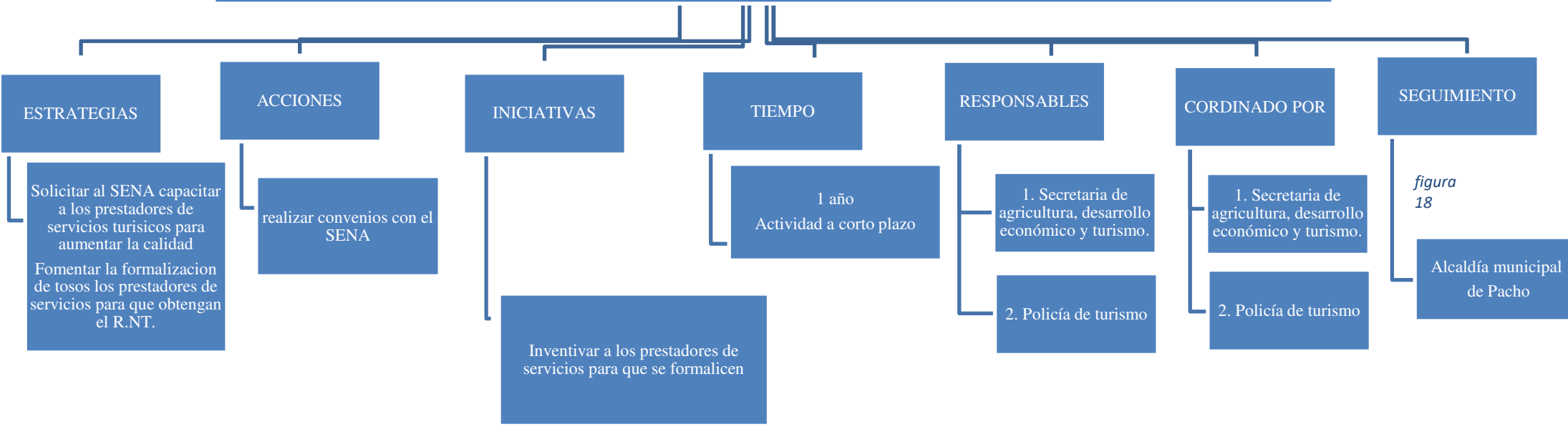
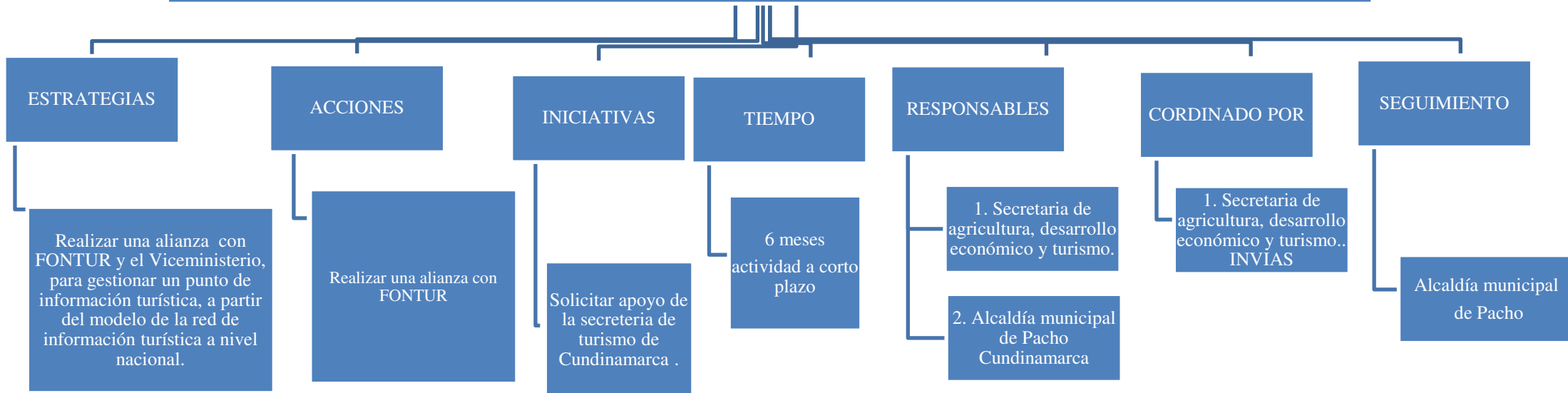


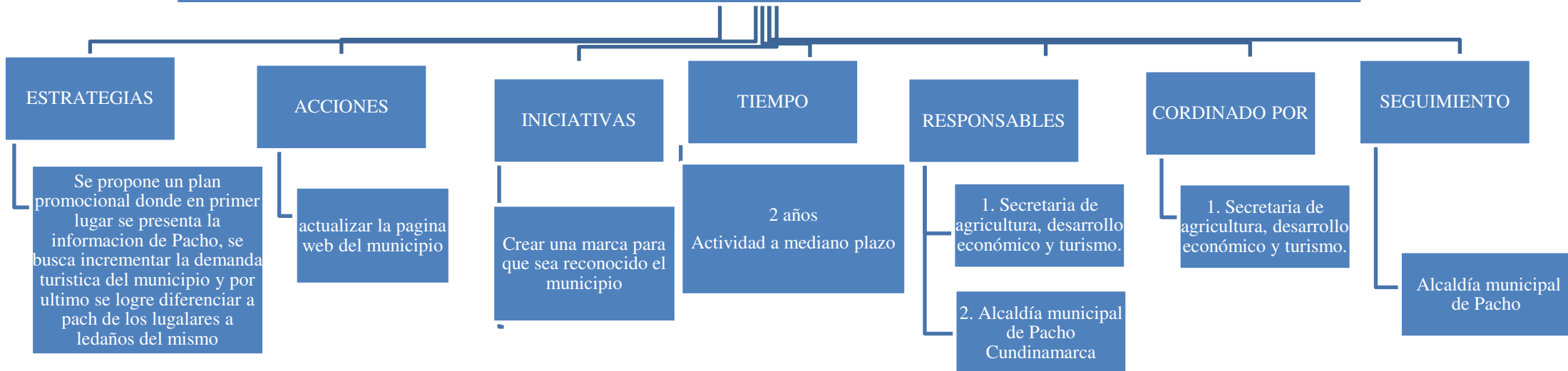
Figura 17 no cuenta con RNT

# El municipio no cuenta con puntos de información turística para abastecer a los visitantes



**Figura 18. Puntos de información**

Se evidencia un desconocimiento del municipio como destino turístico en el del territorio nacional.



**Figura 19 Desconocimiento del municipio**

# Los principales atractivos turísticos se encuentran en estado de abandono.

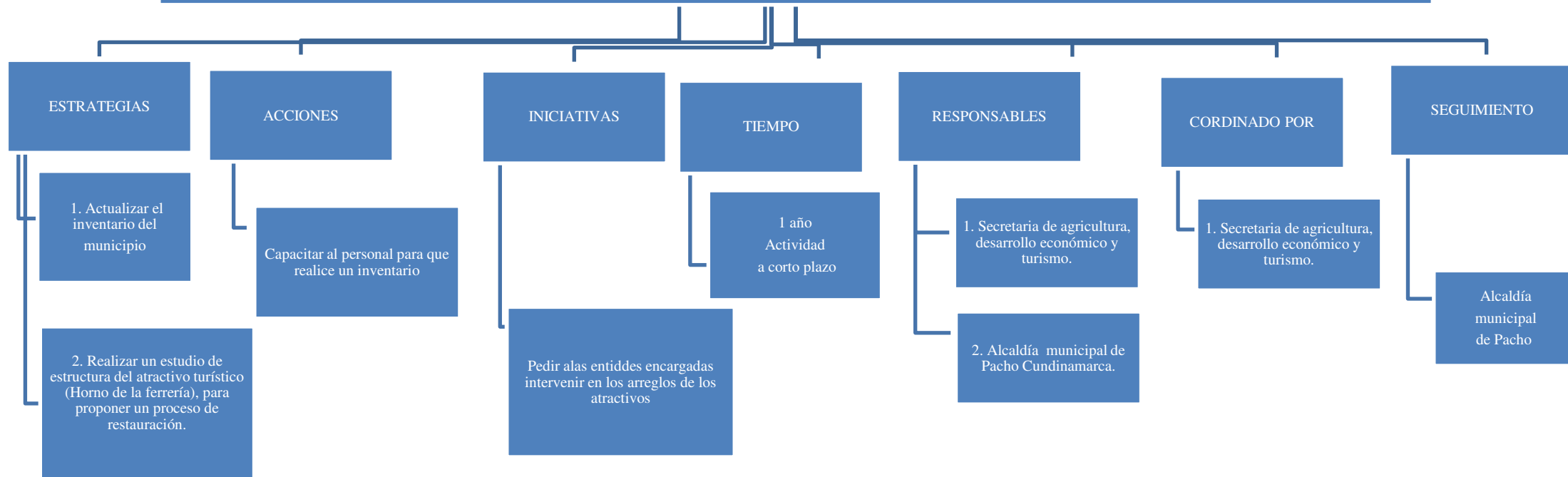


figura 20 Atractivos en estado de abandono

# Falta señalización en los atractivos turísticos.

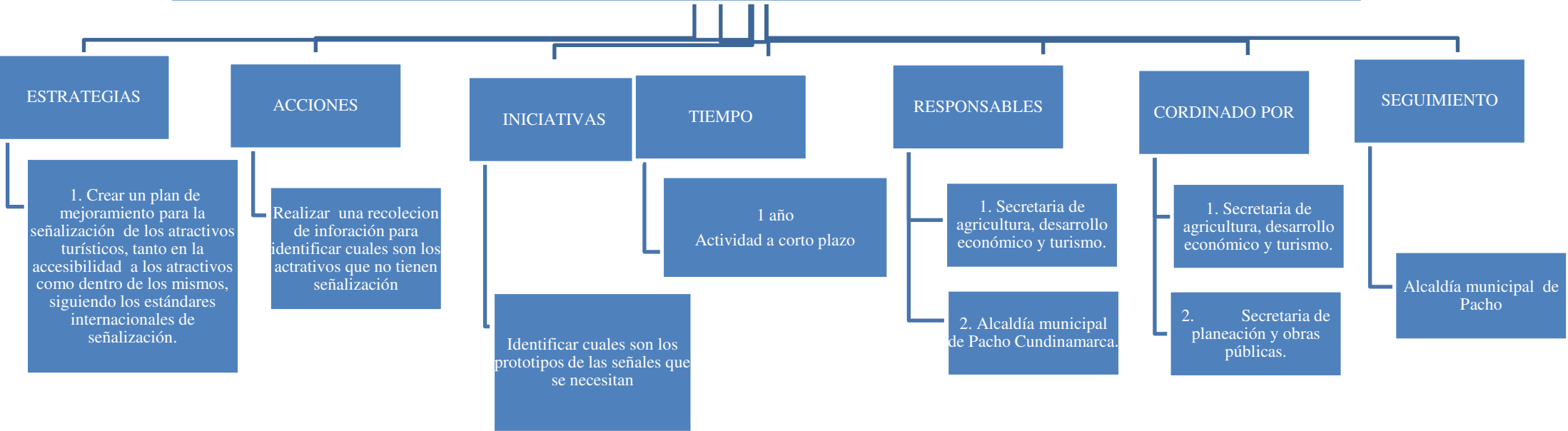
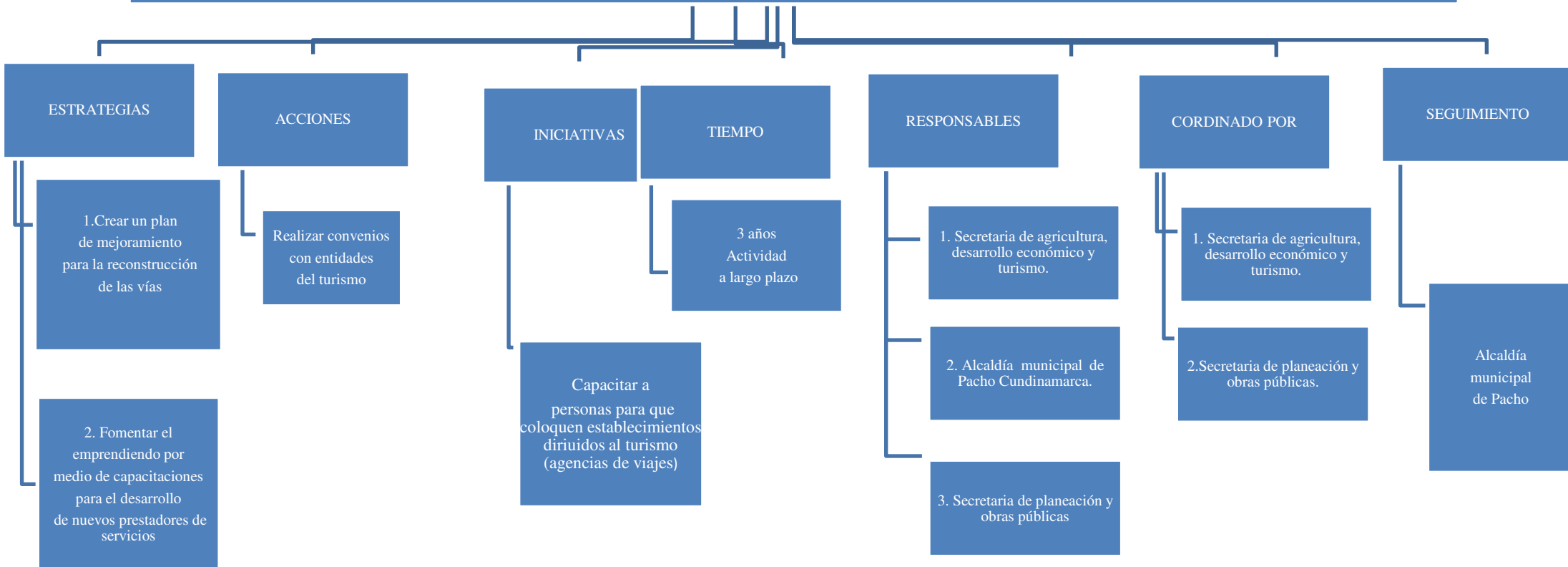


Figura 21 señalización de atractivos

# El municipio no cuenta con la infraestructura necesaria para la llegada masiva de turistas.



**Figura 22 no hay infraestructura necesaria**



El municipio no cuenta con un acompañamiento constante, del profesional a cargo del turismo en el mismo.

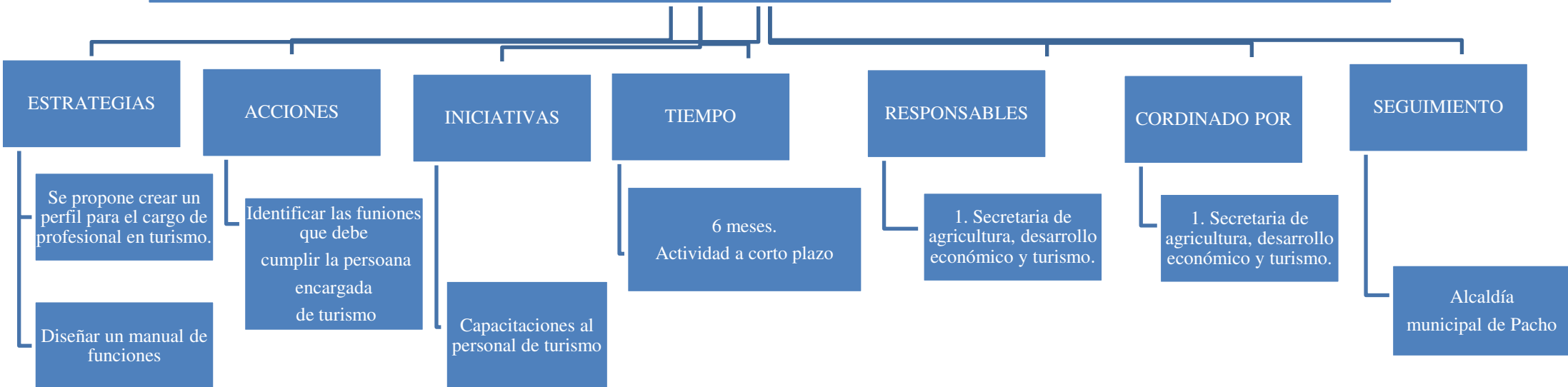
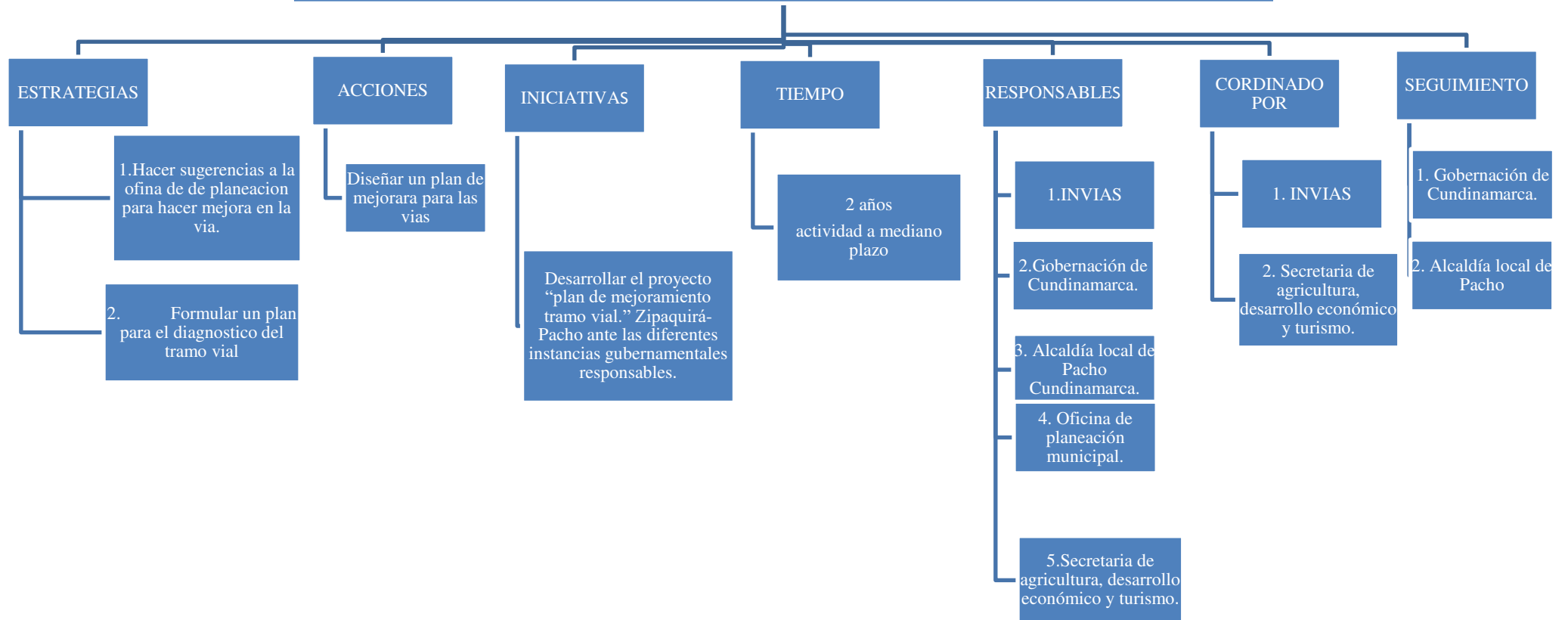


Figura 23 acompañamiento profesional

# La vía que conduce al municipio, se encuentra en mal estado.



**Figura 24 la vía se encuentra en mal estado**

### 8.3. Relación de la matriz de competitividad VS Esquema de planeación turística para competitividad

Según el esquema de planeación turística para competitividad, se plantean las problemáticas y las posibles alternativas de solución de acuerdo a las estrategias.

Tabla 17. Se evidencia un desconocimiento del municipio como destino turístico en el del territorio nacional.

<b>Problema</b>	<b>Posición del mercado</b>
<p><b>Se evidencia un desconocimiento del municipio como destino turístico en el del territorio nacional.</b></p>	<p>Posición del mercado es el lugar que un producto ocupa en el “mercado” respecto a los competidores de su categoría, en función de la cuota de mercado que tiene. Es el valor objetivo que se obtiene de datos reales como, por ejemplo, el número de ventas hechas. Así, la empresa o producto que haya obtenido más ventas ocupara el primer lugar en la posición de mercado.</p> <p>El problema se relaciona con posición del mercado porque en este se verifican la concentración de la demanda, según las encuestas que se realizaron, las personas dijeron que los precios de los servicios prestados a los visitantes son asequibles, esto quiere decir que el municipio tiene los precios adecuados para los turistas.</p> <p>Nivel de concentración de la demanda, proporciona información del municipio valiosa que hace referencia a la estructura del mercado del mismo y su influencia en el nivel de competencia. En general, se</p>

suele relacionar un alto grado de concentración de mercado con un bajo nivel de competencia. Esta relación viene de la teoría de competencia perfecta y monopolio.

Cuota de mercado, La cuota de mercado es la fracción o porcentaje que se tendrá del total del mismo disponible en el municipio.

Este mismo puede ser expresado como un porcentaje de las ventas en el municipio dividido por las ventas totales disponibles en el mercado o también se puede expresar como el total de las ventas registradas en el municipio partido por las unidades vendidas en el mercado.

Canales de comercialización principales, Los principales canales de comercialización que tendremos para el producto turístico del municipio serán, publicidad impresas por medio de folletos, tarjetas y brochures que permita en primer lugar dar a conocer de forma personal el municipio, por otro lado, se acudirá a recursos virtuales tales como páginas web y promociones en las principales plataformas de viajes virtuales, para de esa manera complementar la distribución del producto turístico.

	<p>El nivel de concentración de la demanda para el municipio de Pacho no es adecuado ya que los turistas, la gran mayoría de ellos el tiempo de estadía es de dos días. Las personas que visitan el municipio lo hacen por visita de familiares.</p>
--	--

#### Propuesta de mejoramiento sobre la estrategia y el modelo:




Se propone un plan donde en primer lugar se presente la información del municipio, se busque incrementar la demanda turística del municipio y por último se logre diferenciar a Pacho de los lugares aledaños al mismo.


Dicho plan se realiza con el objeto de atraer y retener residentes, inversionistas, visitantes, trabajadores o estudiantes en Pacho.

Donde se logre conceptualizar de forma sencilla un proceso social por el cual el municipio compite por la atracción de recursos económicos y humanos, esto se realizara por medio del diseño y estipulación de un logotipo que identifique a municipio resaltando sus atributos, cualidades y características por las cuales debe ser conocido a través de una marca propia del municipio.

En el siguiente cuadro se presenta los logos propuesta que mejor se identifican con el logro del objetivo a cumplir.

Tabla 18.propuesta de logo y eslogan

Logo y eslogan	Significado
 <p>Pacho tierra de naturaleza extrema</p>	<p>El significado de este logo representa la hojas de la naranja, que es lo mas representativo que tiene el municipio.</p> <p>El eslogan “ Pacho tierra de naturaleza extrema” hace referencia a lo natural que es la fruta de la naranja, la cual no contiene ningun quimico.</p>
 <p>Pacho tierra de sabor a naranja</p>	<p>El arbol hace una representación a un naranjo, y el circulo tiene el Horno de la Ferreria que es un sitio turístico del municipio, ademas de eso es patrimonio cultural de Cundinamarca, la naranja significa que en todo el municipio existe un arbol de esta fruta, el arbol hace referencia a toda la flora que existe en Pacho.</p> <p>El eslogan “ paco tierra de sabor a naranja” se refiere al rico sabor que tiene la naranja que se cultiva en el municipio.</p>
 <p>placer agropecuario</p>	<p>Es una naranja rodeada con un aro, que quiere decir que todo el mundo debe recordar al municio por su exquisita fruta y que es la mas dulce.</p> <p>El eslogan “ placer agropecuario” al agro del municipio, a como se cultiva la naranja, cuales son los pasos para que esta sea la mas dulce y la mejor</p>

	pacho tierra de sabor a naranja	<p>Es un árbol de naranjas, ya que el municipio de pacho produce la mejor naranja de Colombia, en el centro se encuentra una naranja sonriendo eso representa la amabilidad de la gente del municipio.</p> <p>El eslogan es “ Pacho tierra de sabor a naranja” se refiere al rico sabor que tiene la naranja que se cultiva en el municipio.</p>
---	---------------------------------	--

**Figura 25 vía en mal estado**

Tabla 19. • La accesibilidad para los ingresos al municipio, se encuentra en mal estado

<b>Problema</b>	<b>Atributos de su producto</b>
<p>• <b>La accesibilidad para el ingresos al municipio, se encuentra en mal estado</b></p>	<p>Los atributos del mercado son las características, que hacen único.</p> <p>Lo que muestra si el municipio cuenta o, no cuenta con los equipos necesarios para atender a los turistas en caso de que se presente una eventualidad.</p> <p>Las vías de acceso no se encuentran en buen estado para llegar a los diferentes atractivos turísticos, el municipio cuenta con agua potable en el casco urbano, la mayoría de la población que reside en las veredas tiene agua de nacimiento</p>

Estrategia:

Formular un plan de mejoramiento de la malla vial para presentar ante la entidad responsable.

Propuesta de mejoramiento sobre la estrategia y el modelo:

Se propone diseñar un plan estratégico que permita en primer lugar realizar un diagnóstico, a todo el tramo vial.

Donde se establezcan las Fortalezas y debilidades de la vía en relación al entorno y tráfico habitual y esperado de la misma, por otro lado el plan debe permitir detectar las principales causas del problema para a su vez establecer La solución a las principales problemáticas que presenta el tramo vial.

Por lo cual es importante establece un nivel de equipamiento para Pacho que permita establecer las estrategias necesarias enfocadas en el desarrollo del plan para el



tramo vial afectado a partir de la sugerencia a la oficina de planeación municipal para recuperar esta principal vía para llegada al municipio.

Tabla 20. • El municipio no cuenta con puntos de información turística para abastecer a los visitantes.

<b>Problema</b>	<b>Estructura empresarial y de explotación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El municipio no cuenta con puntos de información turística para abastecer a los visitantes.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Volumen de oferta:</b> empresas y productos La oferta que posee el municipio de Pacho es amplia ya que cuenta con una gran variedad de bienes y servicios. Por ser la capital naranjera de Colombia cuenta con productos derivados de la naranja, además de eso tiene un amplio acogimiento por los consumidores.  Pacho Cundinamarca no cuenta con puntos de información turística, los turistas que llegan al municipio les toca preguntar a los habitantes sobre los atractivos turísticos que hay en el municipio, la falta de puntos de información hace que el municipio no se identifique por los diferentes atractivos turísticos que tiene.  La solución que se plantea es que por medio de la secretaria de</li> </ul>

turismo del municipio realice un convenio FONTUR para que este le ayude a diseñar puntos de información para los turistas, al colocar estos puntos Pacho Cundinamarca tendrá un auge de personas que lo visiten, ya que encontraran la información que deseen y visitaran los atractivos turísticos que mas les atraiga.

Además de eso se les realizara una pequeña charla de la historia del municipio, para que el turista que lo visite por primera vez se contextualice con el pasado del municipio, y también porque es la capital naranjera de Colombia, por que produce la naranja más dulce de Colombia.

Los puntos de información turística son fijos y móviles que cuentan además con una amplia variedad de material promocional conformado por mapas, revistas, folletos y plegables que contienen información de interés turístico y cultural y que son distribuidos de manera gratuita.

Por medio de la identidad de Fontur realizar un convenio para que esta diseñe el Pit para el municipio a partir del modelo de la red de información turística a nivel nacional ya que se debe seleccionar el que más se adapte a Pacho. Según Fontur(s.f.) se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

- Conocer los compromisos: Conocer y aceptar los compromisos plasmados en el convenio de cooperación que se firma entre el FONTUR y el (los) aliados regionales, para la operatividad de los Pits, el cual hará parte integral de este proyecto de viabilidad
- Seleccionar el tipo de Pit para el municipio: La entidad proponente deberá escoger el tipo de Pit que crea pertinente para su municipio/región, de

acuerdo al espacio físico disponible y a la afluencia de turistas en el lugar en donde se instalaría el Pit

- Justificar la necesidad de la instalación del Pit: Justificar de forma clara y concisa el por qué su municipio/región requiere contar con un Punto de Información Turística integrado a la Red Nacional y cuáles son las estrategias a implementar para potencializar y promocionar su Pit
  - Diligenciar el estudio de la viabilidad: se debe dar respuesta a una serie de preguntas

De acuerdo a lo anterior el municipio debe solicitar apoyo la Secretaria de Turismo de Cundinamarca.

Tabla 21. La mayoría de los prestadores turísticos no cuentan con el R.N.T

<b>Problema</b>	<b>Papel de la superestructura</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La mayoría de los prestadores turísticos no cuentan con el R.N.T</b></li> </ul>	<p>Los hoteles de Pacho la gran mayoría de estos no tiene registró nacional de turismo (R.N.T.), es un registró delegado a las cámaras de comercio del país. En el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia, este es un registro que genera la ley que ser cumplido por los prestadores de servicios turísticos.</p>

Para ofrecer un mejor servicio y garantizar a los turísticas calidad es importante que una entidad educativa como el SENA conceda al municipio las capacitaciones necesarias para tener el Registro Nacional en Turismo para los prestadores la cual debe estar registrada ante la Cámara de Comercio que es la entidad encargada de asignar este documento; como los son hospedaje y servicios de alimentos y bebidas para que así los

propietarios se dispongan al cumplimiento de la normatividad vigente ligada a las Normas Técnicas Sectoriales, también educarse para ejercer unos procesos y procedimientos acordes como lo puede ser las Buenas Prácticas de Manufactura y uso del protocolo que garantiza el servicio del cliente.

El ideal es motivar a estos prestadores para obtener un beneficio que hará captar nuevos y antiguos turistas y antemano estar seguros de que se está ofreciendo productos y servicios de un nivel de satisfacción por parte de los consumidores.

Pero el Objetivo inicial es motivar a los agentes turísticos a formalizar sus establecimientos con el R.N.T para ser reconocidos como prestadores de servicios turísticos en Colombia.

- Tabla 22. / Los principales atractivos turísticos se encuentran en estado de abandono.

<b>Problema</b>	<b>Atributos de su producto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Los principales atractivos turísticos se encuentran en estado de abandono.</b></li> </ul>	<p>El inventario es una relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio o atractivos turísticos donde se especifican las características de cada uno de los elementos que integra</p> <p>El nivel de equipamiento de los atractivos es muy bajo, como están en estado de abandono, no cuenta con los equipos necesarios para atender a los turistas en caso de que se presente una eventualidad.</p> <p>Las vías de acceso no se encuentran en buen estado para llegar a los diferentes atractivos turísticos, el municipio cuenta con agua potable en el casco urbano, la mayoría de la población que reside en las veredas tiene agua de nacimiento</p>

La preservación y restauración de atractivos turísticos, además de objetos antiguos, es de suma importancia para los municipios, debido al hecho de mantener viva la cultura e historia de un lugar, fomentando y fortaleciendo el orgullo de la cultura local y el conocimiento de su propia historia

El municipio cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos los cuales pueden ser aprovechados para mejorar la economía del municipio y la calidad de vida de los pobladores

Se debe actualizar el inventario turístico para identificar cuáles son los atractivos que se encuentran en mal estado, los pasos para realizar el inventario son los siguientes:

- Se debe realizar la clasificación de los atractivos (patrimonio cultural y sitios naturales)
- Componentes del inventario (tipo de patrimonio, Grupo, Componente, Elemento, Listado de atractivos en orden alfabético)
- Valoración de los atractivos (La valoración de los atractivos turísticos se hace teniendo en cuenta dos grandes temas:
  - Calidad: estado de conservación, construcción del bien
  - Significado: hace referencia a lo siguiente:
    - Local Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
    - Regional Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
    - Nacional Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.
    - Internacional
      - Grado de reconocimiento del atractivo en dos o más países.

Las estrategias que se diseñan son:

- Diseñar el inventario acorde a lo establecido anteriormente
- Realizar un estudio de estructura del atractivo turístico para el Horno de la Ferrería puesto sus materiales

- Proponer a la Alcaldía contemplar un plan de adecuación de los atractivos turísticos del municipio.

- Tabla 23. Falta señalización en los atractivos turísticos

<b>Problema</b>	<b>Atributos de su producto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Falta señalización en los atractivos turísticos</b></li> </ul>	<p>Hace referencia a El nivel de equipamiento de los atractivos es muy bajo, como están en estado de abandono, no cuenta con los equipos necesarios para atender a los turistas en caso de que se presente una eventualidad.</p> <p>Las vías de acceso no se encuentran en buen estado para llegar a los diferentes atractivos turísticos, el municipio cuenta con agua potable en el casco urbano, la mayoría de la población que reside en las veredas tiene agua de nacimiento</p>

Estrategia:

Realizar un proyecto donde se estudien las mejores opciones para la implementación de la señalización para los diferentes atractivos y las vías de acceso para llegar a los mismos.

Propuesta de mejoramiento sobre la estrategia y el modelo:

En el plan a desarrollar se tendrán en cuenta criterios como el Exceso de señalización que pues ser uno de los factores por los que los visitantes del municipio se distraigan en el camino, Discontinuidad en la señalización del itinerario que hace referencia a la Falta de señales en los puntos de decisión, Falta de visibilidad que indica señales situadas en puntos de poca visibilidad o en mal estado, Disparidad en la forma

de transmitir los mensajes que estipula el tamaño, color y formas adecuado para las mismas y así no dificulten su comprensión.

El plan deberá guiarse y diseñarse bajo la siguiente estructura:

Diagnóstico de la situación inicial, Elaboración de un plano con la ordenación del viario, Selección y jerarquización de los elementos a señalar, Determinación de los itinerarios, Localización de los puntos de decisión, Señalizar los puntos de decisión y organizar los postes, Ordenación de los paneles, Definición de cada panel, Elaboración de la documentación gráfica

Algunos atractivos turísticos no se encuentran con la respectiva señalización para llegar a él, esto hace que el acceso al sitio se dificulte, ya que no se pueden guiar las personas que visitan los diferentes atractivos turísticos, una de las soluciones que se plantean es que se realice un adecuado estudio para diseñar un proyecto donde se establezca los mecanismos de señalización de los mismos exponiendo allí los costos, el diseño de las señales y la respectiva estrategia para el buen provecho de la señalización establecida.

Tabla 24. • El municipio no cuenta con la infraestructura necesaria para la llegada masiva de turistas.

<b>Problema</b>	<b>Atributos de su producto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El municipio no cuenta con la infraestructura necesaria para la llegada masiva de turistas.</b></li> <li>•</li> </ul>	<p>La actual infraestructura con la que cuenta el municipio no es la adecuada, para la llegada masiva de los turistas, puesto que actualmente el municipio cuenta con vías de un solo carril, además de ello cuenta con solo una vía de acceso pavimentada para el ingreso al municipio, por otro el espacio peatonal no es el adecuado para las personas en estado de discapacidad.</p> <p>La estrategia que se plantea es el desarrollo de un plan de mejoramiento</p>

	donde expongan las debilidades de la infraestructura que presenta el municipio, se explique de mejorar estas debilidades y se proponga las estrategias del plan para un mejoramiento adecuado de la condición de la infraestructura del municipio, con el objeto de incrementar el desarrollo turístico.
--	--

Formular un plan de mejoramiento donde se propongan estrategias que permitan mejorar la infraestructura del municipio para la llegada masiva del municipio

El plan de mejoramiento que esta guiado por la percepción de las problemáticas que presenta el municipio a nivel de la capacidad de carga, es decir la llegada y hospedaje en el municipio esto se ve inicialmente en las vías de acceso para mejorar las vías debe la alcaldía principal a partir de creación de su plan de mejoramiento la reconstrucción de las vías, señalización y demás que es lo que está afectando en gran parte la llegada turistas. También un estudio topológico, pero esto depende del responsable asignado de realizar este plan para ejecutar un accionar.

El plan de mejoramiento para la infraestructura de Pacho está ligada a unos elementos como el objetivo, acción, meta, tiempo y responsable, esto debe proponerse a establecer como la matriz de compromisos propuesta en este capítulo este esquema es la guía para desarrollar el plan para recibir mayor capacidad de carga y poder solventar las temporadas donde hay más turistas.

Otro propuesta es fomentar el emprendimiento de los residentes por medio de capacitaciones para el desarrollo de nuevos prestadores de servicio y establecimiento para acaparar con as cantidad de visitantes.

Tabla 25. municipio no cuenta con un acompañamiento constante, del profesional a cargo del turismo en el mismo.

<b>Problema</b>	<b>Papel de la superestructura</b>
<b>El municipio no cuenta con un acompañamiento constante, del profesional a cargo del turismo en el</b>	<b>El papel de la súper estructura nos permite conocer las condiciones económicas en las</b>



<p><b>mismo.</b></p>	<p><b>que vive cada sociedad, de los medios y fuerzas productivas (infraestructura).</b></p> <p><b>En municipio tendremos en cuenta tres aspectos importantes</b></p> <p><b>Los cuales son:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Organización del destino: agilidades de organización de clúster ,productividad</b></li> <li><b>2. Gestión : marketing del destino , gestión general del destino</b></li> <li><b>3. Información :investigación , información interna</b></li> </ol>
----------------------	---

Se propone crear un perfil de cargo para un profesional en turismo con capacidades y conocimientos adecuadas para las personas que quieran adquirir el cargo , también crear unas manual de funciones del puesto de trabajo , el propósito es que en el municipio se encuentre un personal adecuado para dar información turístico con disponibilidad todo el tiempo para dar respuesta a todo lo que surge en turismo del municipio y sus atractivos , también incurriendo en ello estar capacitado para sugerir mejoras y beneficios para los atractivos aumentando las visitas por parte de los turistas.

Por otro lado la capacidad técnica hace referencia a la eficacia individual y la eficacia empresarial lo que permite gestionar la eficacia de las personas en las organizaciones tiene ventajas tanto para el individuo, que verá cómo se multiplican sus posibilidades de progreso profesional debido a su mayor competencia, como para la organización, ya que las empresas que cuenten con profesionales eficaces, también lo serán ellas..

.

.

## **.Conclusiones y recomendaciones**

### **Conclusiones**

los resultados que se encontraron en el estudio de la oferta y la demanda para determinar el potencial turístico se encontró que el municipio tiene chorros, quebradas, cascadas, lagunas, ríos también paisajes naturales, lugares culturales, es decir que cuenta con una variedad enriquecedora de elementos que catalogan el municipio como un lugar de recreación y ocio para los turistas, lo importante es poner en marcha al plan de acción a partir de las estrategias propuestas en este documento investigativo, inicialmente esto tiene el ideal de proponer que la alcaldía municipal analice este trabajo como un base para implementar el turismo, dar mejoría y reconocimiento al municipio a nivel nacional e internacional.

Se determinó la metodología de planificación turística para lograr identificar todos los elementos que posee el municipio y así mismo lo que no tiene; de este modo el punto clave para la creación de estas estrategias fueron todos los puntos no encontrados. Es de vital importancia decir que este trabajo fue creado para dar oportunidades a los residentes para que no halla desplazamiento a las ciudades cercanas por búsqueda de otras oportunidad, el fin es no perder la identidad cultural, que representa los que ellos son las creencias y costumbres que los hace propios, e lograr que las familias tengan empleo, los jóvenes también puedan obtener oportunidades y proponer ideas para su mejoramiento, logrando así un plan estructurado a partir de esta metodología

Tras la realización de este trabajo de grado que tenía como objetivo crear una propuesta para dar pie a ofrecer una oportunidad para el municipio de Pacho este lugar se ha dado a conocer por razones económicas, sociales y culturales, pero no ha logrado un reconocimiento de los atractivos potenciales que este puede ofrecer para garantizar principalmente el turismo de naturaleza, pero lo importante a destacar las actividades que se puede crear para atraer a los diferentes turistas, es decir que con la estrategias que damos a conocer el ideal es crear un desarrollo turístico para mejorar la economía del municipio

### **Recomendaciones**

Se recomienda tener en cuenta todos los planes de mejoramiento planteados en la investigación, ya que en los mismos se desarrollan estrategias que pueden ayudar mejorar la situación actual del municipio, para lo mismo es necesario que la alcaldía diseñe un grupo de trabajo para coordinar y vigilar el desarrollo de dichos planes.

Para el desarrollo de las estrategias planteadas en la investigación la alcaldía debería se debe desarrollar un plan de financiamiento para poder establecer un presupuesto que permita financiar todos los planes expuestos para desarrollo progresivo del municipio. Por otro lado debe darse prioridad en las propuestas de mejoramiento que conforme los intereses de la administración local representen mayor urgencia para su desarrollo.

Dentro de las recomendaciones esta crear unas actividades para desarrollar en los diferentes atractivos con la finalidad de crear paquetes turísticos y llegar ofrecer servicios más amplios, seguros y completos para la demanda de turistas que llegan después de la potencia misma de los atractivos para garantizar una nueva alternativa que se complemente con este trabajo de grado.

## Anexos

### Anexo 1 listas de chequeo (hoteles, restaurantes, guías)

#### Lista de chequeo de alojamiento

alojamiento y hospedaje			
nombre del establecimiento			
Criterio	hostal	hotel	Otro
tipo de establecimiento			
	Propietario	administrador	Otro
clasificación de encuestado			
	Si	no	
registro nacional del turismo			
pertenece a algún gremio o asociación turística			
cuenta con señalización arquitectónica			
buen estado en frente de la edificación			
entrada al alojamiento en buen estado			
muebles del área en buen estado			
personal uniformado			
cuenta con sistema de costos hoteleros			
tarifas fijas en lugar visible			
cuenta con seguro de huéspedes			
horario de atención e 24 horas			
corredores y pasillo con buena iluminación			
Los objetos de la habitación en buen estado y aseados			
baños aseados y dotación necesaria			
cuenta con lencería de repuesto por habitación			
servicio de restaurante con al menos desayuno			
información disponible de atractivos y actividades turísticas			
se encuentra en algún proceso de certificación de calidad			
cuenta con plan de manejo ambiental			
cuenta con computador para área administrativa			

cuenta con medio para hacer reservas			
cuenta con sistema potable de agua			
ventanas de la habitación cuenta con cortina o persianas			
tiene televisor con control remoto			
personal maneja segundo idioma			
tiene capacitación para empleados			
uso de redes sociales			
realiza un proceso de evaluación o seguimiento del servicio			

### Lista de chequeo de restaurantes

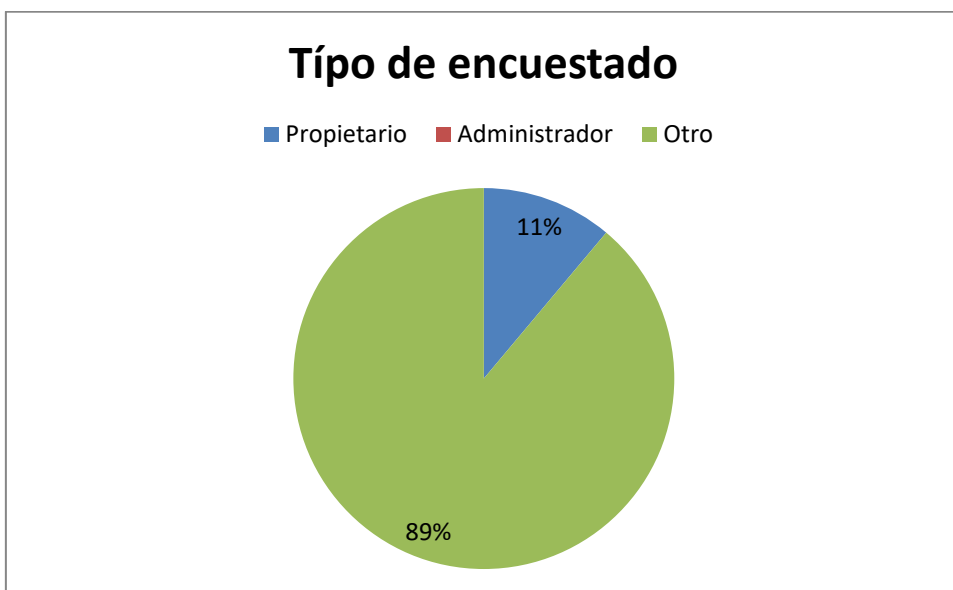
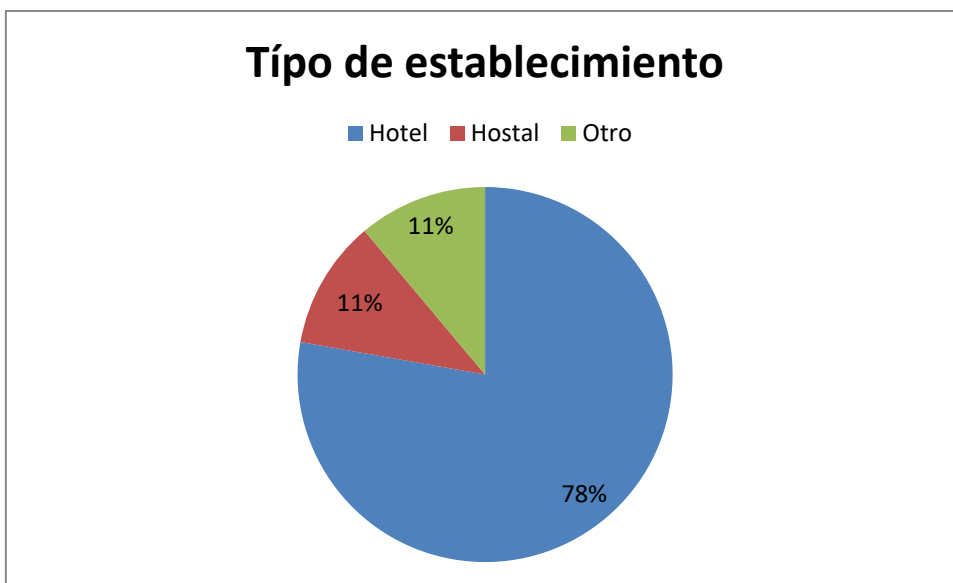
establecimiento gastronómico y bares			
nombre del establecimiento			
Criterio	restaurante	cafetería	Otro
tipo de establecimiento			
	propietario	administrador	Otro
clasificación de encuestado			
	Si	no	
tiene página web			
tiene correo electrónico			
pertenece algún gremio o asociación al sector del turismo			
existe compromiso del propietario con inocuidad de los alimentos y lo expresa a sus trabajadores			
servicios sanitarios separados por genero			
tiene programas por escrito de desinfección y limpieza y desechos sólidos y de control de plagas			
establecimiento con buena ventilación para la remoción de calor y olores			
existe recipientes suficientes y adecuados para la recolección interna de desechos sólidos o basuras			
estos recipientes se encuentran con tapas			
se verifica listas de chequeo las condiciones de manejo,			

preparación y servicio e alimentos			
empleados que manipulan alimentos utiliza uniformes adecuados			
manos de empleados que manipulan alimentos limpias, sin joyas, uñas cortas y sin esmalte			
cuenta con un plan de emergencias			
posee carta impresa			
tiene recetas estándar			
se hace control de alimentos y bebidas			
ha brindado alguna capacitación a su personal			

#### Lista de cheque de los guías

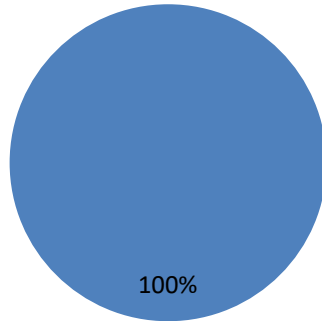
guías turistas		
nombre		
Criterio	Si	no
tiene página web		
tiene correo electrónico		
posee certificado de aptitud profesional del Sena		
tiene registro nacional de turismo		
tiene experiencia como guía turístico		
pertenece algún gremio del sector turístico		
capacitación recibidas		
manejo de segundo idioma		

## Anexo 2. Graficas de listas de chequeo



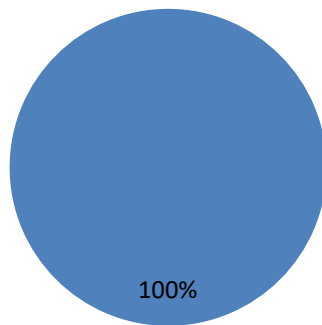
### Pagina web

■ Si ■ No



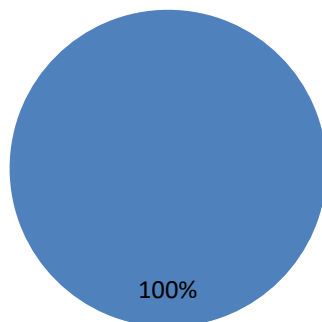
### Correo electronico

■ Si ■ No



### Cerificado del SENA

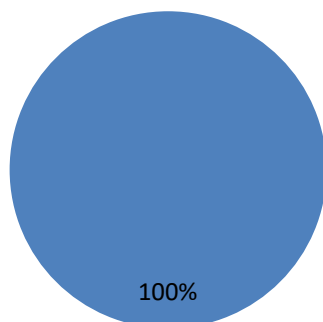
■ Si ■ No





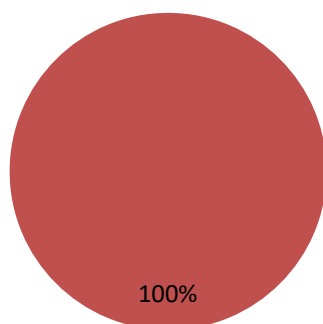
## Experiencia profesional

■ Si ■ No



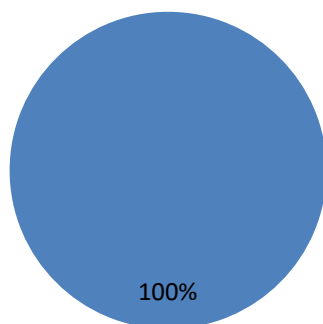
## Pertenece a un gremio turistico

■ Si ■ No



## Capacitacion recibida

■ SI ■ No





Anexo 3 encuesta a los turistas

### **Encuesta**

La siguiente encuesta es elaborada por estudiantes del programa de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniiana, y tiene como finalidad conocer los motivos por los que un turista visita el municipio de Pacho Cundinamarca, este cuestionario servirá como un instrumento de recolección de datos para la realización de la investigación; sobre el diseño de una propuesta para el desarrollo turístico a partir de la aplicación de las matrices para la competitividad del Viceministerio de Turismo. Esta encuesta es confidencial, de manera que los datos recopilados serán analizados para los fines estadísticos de dicho estudio.

**Lugar de procedencia** \_\_\_\_\_

**Sexo:** F

M

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Ocupación** \_\_\_\_\_

**Señale las opciones que usted considere pertinentes de acuerdo con su punto de vista.**

1. **¿Cuáles fueron los elementos que tuvo en cuenta para visitar Pacho Cundinamarca?**
  - a) Recomendación
  - b) Facilidades- Accesibilidad
  - c) Cercanía, ubicación y entorno

d) Conocimiento previo

**2. ¿Cuál es el principal motivo de su visita al municipio?**

- a) Descanso
- b) Cultura
- c) Diversión
- d) Ferias y fiestas

**3. ¿Usted acostumbra a viajar a Pacho Cundinamarca?**

- a) Solo
- b) En pareja
- c) En familia
- d) Con grupo de amigos
- e) Con grupos organizados (agencia de viajes)

**4. ¿Por qué medio ha obtenido información de Pacho?**

- a) Agencias de viajes
- b) Redes sociales
- c) Conocidos que lo han visitado anteriormente
- d) Internet
- e) Ninguna de las anteriores

**5. ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Pacho?**

- a) Una vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) Más de 4 veces

**6. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar al municipio?**

- a) Automóvil propio
- b) Autobús
- c) Motocicleta
- d) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**7. ¿Con cuales atractivos identifica a Pacho?**

- a) Chorro de Veraguas
- b) El Chorro de Virginia
- c) Capilla del Divino Niño
- d) Templo de San Antonio de Padua
- e) Torre de los Indios
- f) Horno de la Ferrería
- g) Ninguno

**8. ¿Cuál es su tiempo de estadía en el municipio?**

- a) Un día
- b) Dos días
- c) Ocho días
- d) Más de diez días

**9. ¿Cuál es el motivo de su visita al municipio?**

- a) Por el contexto histórico del municipio
- b) Por visita a familiares
- c) Por su gastronomía
- d) Por ferias y fiestas

**10. ¿Qué tan costoso son los servicios de Pacho?**

- a) Costosos
- b) Muy costosos
- c) Asequibles
- d) Económicos

**11. Califique de 1 a 5 los siguientes servicios, teniendo en cuenta que:**

- 1 muy malo
- 2 malo
- 3 regular
- 4 bueno

5 excelentes

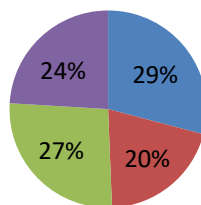
Concepto	1	2	3	4	5
Alojamiento					
Restaurantes					
Transporte					
Información turística					
Vías de acceso					
Servicio al cliente					
Atractivos turísticos					

**Muchas gracias por su amable colaboración.**

Anexo 4 graficas de encuesta

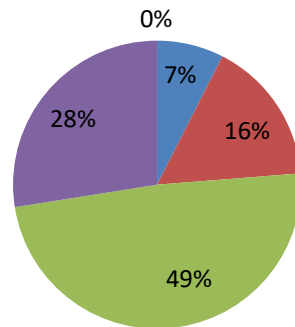
### Elementos que tuvo encuesta para la visita al municipio

- Recomendación
- Facilidades- accesibilidad
- Cercania,ubicación y entorno
- Conocimiento previo



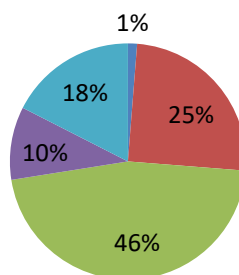
### Usted acostumbra a viajar

- Solo
- En familia
- Con grupos organizados (agencia de viajes)
- En pareja
- Con grupo de amigos



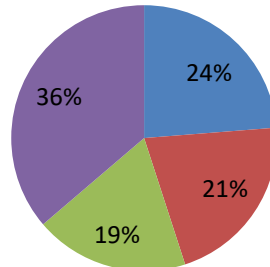
### Por que medio obtuvo informacion

- Agencia de viajes
- Conocidos que lo han visitado anteriormente
- Ninguna de las anteriores
- Redes sociales
- Internet



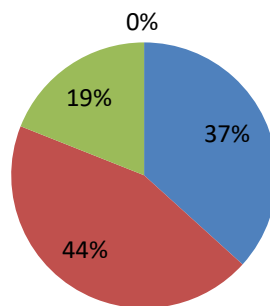
## Cuántas veces ha visitado al municipio

■ Una vez ■ 2 veces ■ 3 veces ■ Mas de 4 veces



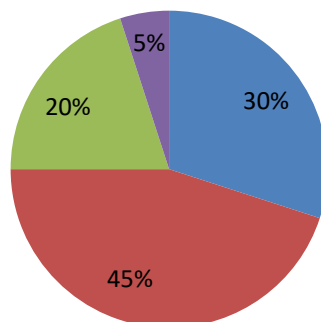
## Que transporte utilizo para llegar a Pacho

■ Automovil propio ■ Autobus ■ Motocicleta ■ Otro ¿Cuál?



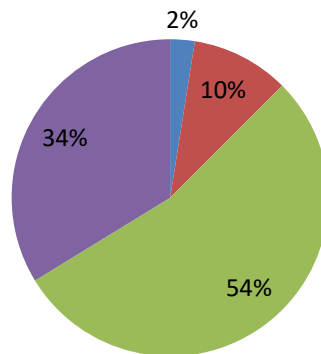
## Tiempo de estadia en Pacho

■ Un dia ■ Dos dias ■ Ocho dias ■ Mas de diez dias



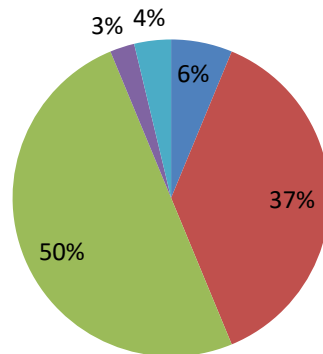
## Costos de los servicios de Pacho

■ Costosos ■ Muy costosos ■ Asequibles ■ Economicos



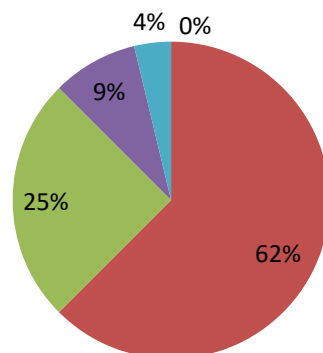
## Información turística

■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo ■ Muy bueno



## Vias de acceso

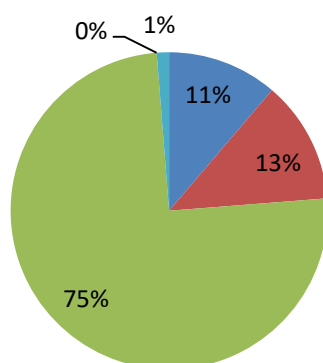
■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo ■ Muy bueno





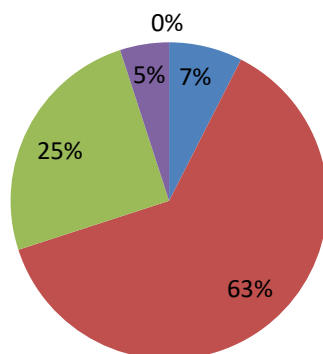
## Servicio al cliente

■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo ■ Muy bueno



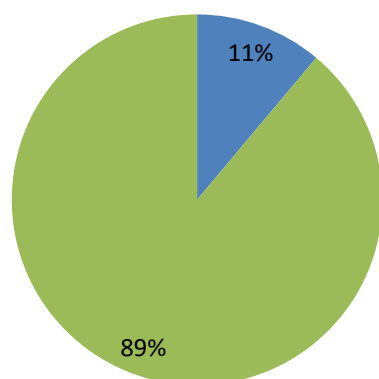
## Atractivos turísticos

■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo ■ Muy bueno



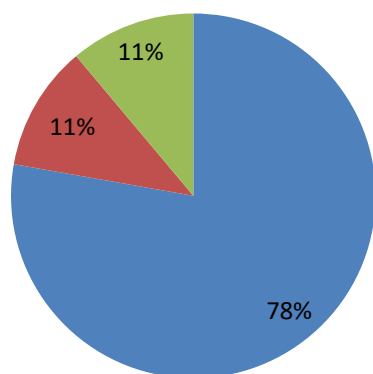
### Típo de encuestado

■ Propietario ■ Administrador ■ Otro



### Típo de establecimiento

■ Hotel ■ Hostal ■ Otro



Anexo 5 fotos



### Referencias

- Cabrera, P. (2018). Matriz de competitividad sustentable para los destinos turísticos. una propuesta inicial para su conceptualización y evaluación. Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 10(1)
- Consejo Municipal de Pacho ,Cundinamarca(2016-2019 )plan de desarrollo municipio de pacho 2016 – 2019 “oportunidades y progreso para todos” - alcalde municipal 2016 – 2019. [ACUERDO No. 011 DE 2016]. Recuperado de: [http://pachocundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/pachocundinamarca/content/files/000022/1075\\_oportunidades-y-progreso-para-todos.pdf](http://pachocundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/pachocundinamarca/content/files/000022/1075_oportunidades-y-progreso-para-todos.pdf)
- Espinosa, P. (29 julio, 2013 ). la matriz de análisis dafo [Entrada de Blog]. Recuperado de : <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Fernández, V. (s,f). Asistencia técnica de planificación en turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –Viceministerio de Turismo. Recuperada de: <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>
- Gurrilla, M. (1991). Introducción al turismo. Ciudad de México, Mexico: Trillas
- instituto distrital de turismo (2011) documento técnico de soporte plan maestro de turismo de Bogotá, recuperado de :[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Documento\\_tecnico\\_de\\_soporte.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Documento_tecnico_de_soporte.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia Viceministerio de Turismo (2009) convenio de competitividad turística departamento de sucre matriz de compromisos vocacion: sol y playa, ecoturismo y etnoturismo 2009.Recuperado de: <http://www.santiagodetolu-sucre.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Matriz%20de%20compromisos%20-%20Convenio%20de%20competitividad%20tur%20C3%ADstica%20Departamento%20de%20Sucre.pdf>
- Ortiz, W. Orjuela, C. y Figueroa, A (2014). Potenciales endógenas del turismo en la provincia del rio negro, recuperado de:

[http://www.academia.edu/20506766/Potencialidades\\_end%C3%B3genas\\_del\\_turismo\\_en\\_la\\_provincia\\_Rionegro\\_Cundinamarca](http://www.academia.edu/20506766/Potencialidades_end%C3%B3genas_del_turismo_en_la_provincia_Rionegro_Cundinamarca)

Osorio, M (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos, *Revista de estudios territoriales, Quivera*. 8(1), Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>

Panosso, A., Lohman, G. (2012). Epistemología del turismo. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas (pp. 27-28) . México: Trillas.

Quesada, R., Fontana, Y., Sánchez, A., y Fonseca, C. (2011). *Gestión de empresas turísticas sostenibles*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad estatal a distancia.

Ramírez, L., Mejía, A., Barrera, A., Medina, F. y Argoty, C. (2014). Estudio de Caracterización del Sector Turístico en los Municipios de Caldas, recopilación de Datos y Análisis Final. Cámara de Comercio de Manizales por Caldas. Recuperado de:

<https://mail.google.com/mail/u/1/#search/normas+apa/FMfcgxvzKtZzFzRWthqsXZbgmsfJCSfr?projector=1&messagePartId=0.1>