

**Sistematización de experiencias turísticas con miras a la postulación de una propuesta turística naranja, para prevenir el estancamiento y posterior declive del destino.  
(Páramo de Ocetá, Monguí, Boyacá).**

Cesar David Pulgarín Jiménez

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá D.C  
2019

**Sistematización de experiencias turísticas con miras a la postulación de una propuesta turística naranja, para prevenir el estancamiento y posterior declive del destino.  
(Páramo de Ocetá, Monguí, Boyacá).**

Cesar David Pulgarín Jiménez

Director  
Alvelayis Nieto Mejia

Trabajo de grado para optar por el título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniiana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá D.C  
2019



## **Agradecimientos**

Expreso mis más sinceros agradecimientos a Dios primero por permitirme llevar a cabo esta investigación, la cual enriqueció y fortaleció mis habilidades académicas, siendo actualmente importantes y valoradas en el campo cultural, económico y social del país.

Así mismo, extiendo mis sentimientos de gratitud a cada una de las personas e instituciones públicas y privadas que contribuyeron a esta investigación desde la etapa de ideación, planeación, recolección y sistematización de datos del proyecto investigativo. No en vano agradezco el apoyo incondicional de mi familia quien siempre estuvo para acompañarme en los momentos más álgidos de la investigación.

## Resumen

El presente documento pretende evidenciar como la sistematización de las experiencias turísticas del viajero desde sus vivencias físicas, emocionales e intelectuales, contribuyen a definir lineamientos para el desarrollo de estrategias de turismo naranja en pro de la conservación del páramo de Ocetá, en ese sentido, el objetivo que trazó la investigación fue desarrollar una sistematización de experiencias turísticas, con miras a la postulación de una propuesta turística naranja viable para prevenir el estancamiento y declive del destino; como metodología se asumió el enfoque cualitativo y el método descriptivo para la recolección de la información, se utilizaron técnicas como la observación y la encuesta . Entre sus resultados más relevantes se destaca que la sistematización de experiencias turísticas permite que los actores se involucren en procesos de aprendizaje colectivo y de generación de nuevos conocimientos a partir de su relación con los recursos naturales, propiciando una reflexión que puede ser instrumentalizada como un conjunto de lineamientos para propuestas de conservación desde la óptica del turismo naranja.

**Palabras claves:** Estrategia turística naranja, páramo de Ocetá, sistematización de experiencias, experiencia turística.

## **Abstract**

This paper claims as the systematization of tourist experiences from physical, emotional and intellectual life lessons contribute to design and to determine regulations for development of orange tourism strategies in favour of the Oceta paramo conservation. On this matter, the target of the investigation is to carry out a systematization of tourist experiences looking to an orange tourist proposal to prevent its standstill and deterioration; as a methodology was selected the qualitative approach and descriptive method for data gathering. Moreover, it applied techniques such as observation and survey. As most relevant results, it is highlighted that the systematization of tourist experiences allows actors to be involved in collective learning processes and the generation of new knowledge based on their relationship with natural resources, leading to reflection that can be instrumentalized as a whole of guidelines for conservation proposals from the perspective of orange tourism.

**Key words:** Orange touristic strategies, Ocetá paramo, systematization of experiences, tourist experience.

## Tabla de contenido

1. Introducción .....	11
2. Marcos de referencia.....	13
2.1. Marco contextual .....	13
2.2. Marco teórico.....	13
2.3 Marco geográfico.....	14
2.4. Marco legal.....	19
2.4.1 Constitución política de 1991 de Colombia.....	19
2.4.2 Ley 99 de 1993 ley del medio ambiente.....	19
2.4.3 Ley 1558 de 2012 – Ley del turismo.....	20
2.4.4 Ley 1834 del 2017 – Ley naranja.....	21
2.4.5 Plan sectorial de turismo 2014-2018.....	22
2.4.6 NTC-TS 001-1 Áreas turísticas de Colombia, requisitos de sostenibilidad.....	22
3. Problema y objetivos de investigación.....	24
3.1. Planteamiento del problema .....	24
3.1.1. Pregunta de investigación.....	26
3.2. Objetivos de la investigación.....	26
3.2.1 Objetivo general.....	26
3.2.2 Objetivos específicos.....	26
3.3. Definición conceptual.....	26
3.3.1 Sistematización de experiencias.....	26
3.3.2. Experiencia turística.....	27
3.3.3. Patrimonio natural.....	28
3.3.4. Páramo.....	28
3.3.5. Estrategias sostenibles.....	29
3.3.6. Estrategias naranjas.....	29
4. Metodología .....	30
4.1. Población y muestra.....	30
5. Primer capítulo: dinámicas del destino .....	33
6. Segundo capítulo: sistematización de las experiencias.....	37
6.1. Fase 1: Surgimiento de la experiencia (Antes).....	37



6.2. Fase 2: Transcurso de la experiencia (Durante) .....	42
6.3 Fase 3: Desenlace de la experiencia (Después) .....	46
7. Tercer capítulo: propuesta turística naranja .....	52
7.1. Canales de distribución.....	53
7.1.1 Pagina web. ....	54
7.1.1.2 Acerca de.. ....	56
7.1.1.3 Propósito. ....	57
7.1.1.4 Testimonio.. ....	63
7.1.2 Red social.....	65
7.2. Relación con clientes .....	77
7.3. Recursos claves.....	78
7.4. Actividades claves .....	79
7.5. Socios claves.....	80
7.6. Estructura de costos .....	81
7.6.1 Costos variables. ....	81
7.6.2 Costos fijos.....	81
7.6.3 Calculo de nómina salario 2019.....	83
7.7. Fuente de ingresos .....	84
8. Conclusiones .....	85
9. Recomendaciones.....	86
Referencias .....	87

## Lista de figuras

Figura 1. Mapa de Colombia. Alcaldía de Chivor-Boyacá. (2018) .....	15
Figura 2. Provincias del departamento de Boyacá-Colombia. Alcaldía de Gachantiva. (2017)....	15
Figura 3. Mapa municipal de Villa de Monguí. Plan de ordenamiento territorial. (2007). .....	16
Figura 4. Mapa del páramo de Ocetá. Propia, (2019) .....	16
Figura 5. Frailejones. Propia (2019).....	33
Figura 6. Estanque de agua. Propia (2019). .....	34
Figura 7. Cojines de agua. Propia (2019).....	35
Figura 8. Formaciones rocosas. Propia (2019).....	36
Figura 9. Formulario. Propia (2019). .....	38
Figura 10. Formulario 2-3. Propia (2019). .....	39
Figura 11. Formulario 4-6. Propia (2019). .....	40
Figura 12. Formulario 7-8. Propia (2019). .....	41
Figura 13. Formulario 9-10. Propia (2019). .....	41
Figura 14. Formulario B 1. Propia (2019).....	42
Figura 15. Formulario B 2-3. Propia (2019). .....	43
Figura 16. Formulario B 4-6. Propia (2019). .....	44
Figura 17. Formulario B 7-8. Propia (2019). .....	45
Figura 18. Formulario B 9-10. Propia (2019). .....	46
Figura 19. Formulario C1. Propia (2019).....	47
Figura 20. Formulario C 2-4. Propia (2019). .....	48
Figura 21. Formulario C 5-6. Propia (2019). .....	49
Figura 22. Formulario C 7-8. Propia (2019). .....	50
Figura 23. Formulario C 9-10. Propia (2019). .....	51
Figura 24. Logo POcetá. Propia (2019). .....	53
Figura 25. Estructura. Propia (2019).....	55
Figura 26. Inicio. Propia (2019).....	56
Figura 27. Acerca de. Propia (2019). .....	57
Figura 28. Propósito. Propia (2019).....	58





Figura 29. Analizar. Propia (2019).....	59
Figura 30. Diagnosticar. Propia (2019).....	60
Figura 31. Información. Propia (2019).....	61
Figura 32. Potencializar. Propia (2019). ....	62
Figura 33. Experiencia 1. Propia (2019). ....	63
Figura 34. Experiencia 2. Propia (2019). ....	64
Figura 35. Contactar. Propia (2019).....	65
Figura 36. Portada 1. Propia (2019). ....	66
Figura 37. Portada 2. Propia (2019). ....	67
Figura 38. Enlace y comunidad. Propia (2019).....	68
Figura 39. Publicación 1. Propia (2019). ....	69
Figura 40. Publicación 2. Propia (2019). ....	70
Figura 41. Publicación 3. Propia (2019). ....	71
Figura 42. Publicación 4. Propia (2019). ....	72
Figura 43. Publicación 5. Propia (2019). ....	73
Figura 44. Material de difusión. Propia (2019).....	74
Figura 45. Noticia. Propia (2019).....	75
Figura 46. Publicación 6. Propia (2019). ....	76
Figura 47. Materia difusión 2. Propia (2019).....	77



## **Lista de tablas**

Tabla 1 Inventario Turístico .....	18
Tabla 2 Turistas extranjeros que llegaron al departamento de Boyacá.....	24
Tabla 3 Destinos turísticos más visitados de Boyacá.....	25
Tabla 4 Tipo de Población y Muestra seleccionada.....	31
Tabla 5 Técnicas e Instrumentos .....	31
Tabla 6 Proceso de Sistematización de Experiencias turísticas .....	37
Tabla 7 Canales de distribución. ....	53
Tabla 8 Recurso claves de la empresa.....	78
Tabla 9 Estructura de costos.....	81
Tabla 10 .Costos Indirectos y variables .....	82
Tabla 11. Costos fijos.....	82
Tabla 12. Datos financieros.....	82
Tabla 13. Nómina de empleados 2019 .....	83

## 1. Introducción

En primer plano, es notorio que todos los destinos turísticos presentan durante su ciclo de vida un estancamiento y un posterior declive, lo que causa en definitiva un deterioro en la demanda del destino. En ese sentido, este trabajo se justificó en la necesidad de comprender como la sistematización de las experiencias del turista puede entregar información valiosa para proponer lineamientos y acciones que contribuyan a la consolidación de destinos de naturaleza.

Para el desarrollo de este proyecto se formuló como objetivo general desarrollar una sistematización de experiencias turísticas, con miras a la postulación de una propuesta turística naranja viable para prevenir el estancamiento y declive del destino. Con el propósito de abarcar de manera pertinente el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: analizar las dinámicas turísticas que se presenten en el páramo, expresadas a través de la experiencia del viajero, posteriormente, procesar las experiencias turísticas entendidas como la relación entre el turista y su destino y finalmente plantear una propuesta turística naranja enfocada a la sostenibilidad y a la creatividad, en donde se busque proteger y conservar el páramo de Ocetá.

Los referentes teóricos que sustentaron el trabajo de investigación fueron definidos a partir de las categorías de análisis, las cuales permitieron poner en contexto el objeto de estudio en coherencia con la problemática definida. La primera categoría abordada fue el *ecodesarrollo*, desde la cual se comprendió como los recursos naturales se conciben como fuentes de desarrollo a partir de iniciativas de planificación que articula a la gobernanza, los empresarios y las comunidades; la segunda categoría se construyó desde el ecoturismo, como una modalidad del turismo de naturaleza que privilegia la experiencia y la conciencia en el viajero sobre el cuidado del medio ambiente; aquí el análisis se centró en la experiencia que puede vivir el turista en un destino natural de reserva y su interacción con el medio, y la tercera categoría se construyó a partir de las concepciones del desarrollo sostenible desde su perspectiva ética en el manejo de los recursos naturales, en conjunción con los objetivos del desarrollo sostenible; categorías que posibilitaron una mirada integral del fenómeno estudiado y que aportaron a la reflexión final de la investigación.

En su estructura metodológica se propuso un estudio de enfoque cualitativo como punto de partida para captar reflexivamente los significados experienciales, en donde la sistematización permitió recolectar datos cualitativos que fueron procesados, clasificados, tabulados, analizados y reflexionados, para entender aquellos fenómenos que se presentaron en la prestación de los servicios turísticos en el páramo de Ocetá. El método utilizado fue el descriptivo, el cual permitió

establecer el fenómeno experiencial y sistematizarlo. Los participantes involucrados en la investigación fueron: los turistas y habitantes campesinos del páramo y las técnicas utilizadas en coherencia con el método de investigación fueron: la observación, la entrevista, el diario de campo y el uso de herramientas tecnológicas.

## 2. Marcos de referencia

### 2.1. Marco contextual

El páramo de Ocetá es considerado uno de los más hermosos del mundo, su nombre hace referencia a una princesa indígena de nombre Ocetá, y a su historia de amor con el guerrero Penagos, soldado del Suamox, que combatía a los españoles y fue dado de baja en un enfrentamiento con los invasores. La princesa sumida en la tristeza sube a la cima del páramo para dejarse morir de hambre y de frío, originando el nombre de los páramos más lindos del mundo. Se crea un mundo lleno de mitos románticos que envuelven el llanto de la princesa Ocetá en medio de formaciones y moldeamientos del paisaje como la ciudad perdida que poseen altas paredes rocosas que crean pasillos por las que se interna la niebla, evidenciando un ecosistema único y maravilloso.

Es un lugar imponente por su belleza y riqueza natural, nutrida de frailejones, lúpulos y fauna característica de los páramos como cóndores, venados cola blanca, conejos silvestres, aves, anfibios y cóndores de Ocetá. Además, en el páramo se puede visitar la piedra de los sacrificios, el púlpito, la ciudad perdida, el pedrisco con impactantes túneles, la cueva de las ánimas y las tres piedras tórtola, tortolo y el tortolito.

### 2.2. Marco teórico

Los problemas de transformación, deterioro y contaminación del ambiente a causa de todas aquellas actividades turísticas, es muy notorio, donde la degradación y destrucción perjudica a la comunidad, y a la biodiversidad que convive en ella. Es aquí donde el ecoturismo a través de la planificación, sustentada en la teoría del *Eco desarrollo* se instaura como un método de planificación turística; permitiendo alcanzar un desarrollo racional y auto sostenido de la actividad, en donde se consideren las variables económicas, sociales, financieras, culturales y ambientales. (Brown, 1980, p 27).

Partiendo de un contexto más concreto, la experiencia turística siendo motor del cambio se puede entender como aquel momento personal, a menudo cargado de un significado emocional importante, fundamentado en la interacción con los estímulos que son los productos y servicios consumidos. (Carballo, Moreno, León y Brent, 2012, pp 4-7)

Cabe resalta que el turismo experiencial, entendido como conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales e intelectuales (Rivera, 2013, pp.199-217), toma valor al momento de ser puesto en marcha en la planeación o re-estructuración de un destino turístico,

debido a que la nueva demanda de turistas genera una búsqueda insaciable de placer y conocimiento.

El nuevo turista desea descubrir nuevos sentimientos y vivencias, para que estas tomen una tonalidad de memorables y así queden grabadas en su mente, y estos recuerdos a su vez puedan asociar el destino como sinónimo de placer y aun mejor de felicidad. Más allá de la felicidad del turista, es indiscutible analizar si esta felicidad está sujeta a la felicidad del espacio donde se experimenta esta; ya sea con la comunidad o con el medio ambiente, dado que en muchos casos esa felicidad en el turista genera una cadena de problemáticas en el contexto transcultural y ambiental.

Decisivamente, un valor importante a tener en cuenta en la sustentabilidad del medio para no encadenar ningunas de estas problemáticas; en especial a nivel ambiental, es la capacidad de carga en el lugar, la cual hace alusión al “...*volumen de un ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener al mismo tiempo su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación.*” (Zambrano, 2007, pp 35-60). Así mismo, esta capacidad de carga va acompañada de un valor social, viéndolo desde una perspectiva más general, debido a que se está haciendo referencia al nivel máximo del uso por parte del turista y de la infraestructura de un área para un fin experiencial, sin acrecentar una transformación perjudicial sobre el recurso.

Por consiguiente, es de vital trascendencia tener en cuenta lo siguiente, para minimizar el impacto y deterioro del área:

- Capacidad de carga ambiental.
- Capacidad de carga de equipamiento urbano.
- Capacidad de carga de servicios conexos.

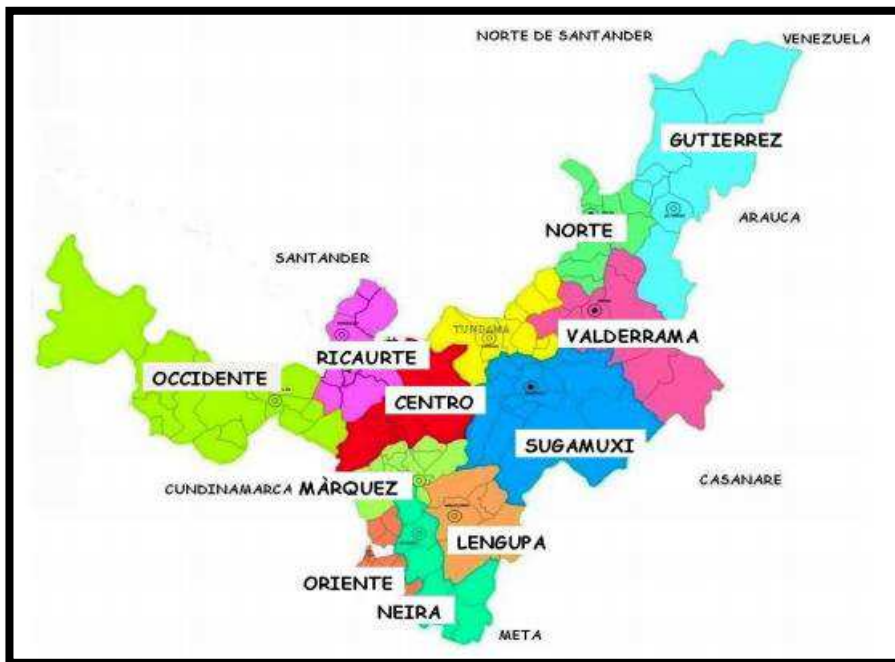
Lo anterior toma relevancia al momento de plantear y definir la cantidad exacta de turistas que se puede permitir para no entorpecer la auto renovación del medio. (Botero, Hurtado, Gonzales Ojeda, Diaz, 2008).

### **2.3 Marco geográfico**

El páramo de Ocetá se encuentra ubicado en la provincia de *Sugamuxi* al oriente del departamento de Boyacá, en jurisdicciones de los municipios de *Villa de Monguí* y *Mongua*. Se encuentra a 223.2 kilómetros de Bogotá (3 h 30) por la vía interdepartamental y a 84.1 kilómetros de Tunja (1h 30) por la vía secundaria.



**Figura 1.** Mapa de Colombia. Alcaldía de Chivor-Boyacá. (2018)



**Figura 2.** Mapa Provincias del departamento de Boyacá-Colombia. Alcaldía de Gachantiva. (2017)

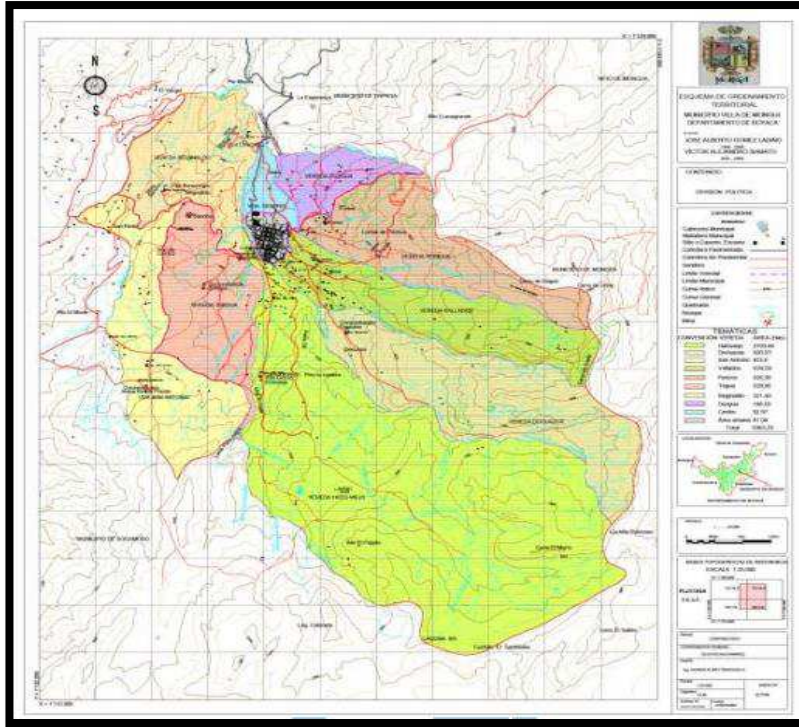


Figura 3. Mapa municipal de Villa de Monguí. Plan de ordenamiento territorial. (2007).



Figura 4. Mapa del páramo de Ocetá. Propia, (2019)



La biodiversidad del páramo de Ocetá es muy variadas posee conejos sabaneros, ranas, cóndores, águilas de paramo, guatines y venados de cola blanca. En cuanto a flora se encuentran senecios, lupinus, musgos, líquenes y el frailejón el cuál se encuentra en la mayor parte del páramo. El frailejón crece solo un centímetro por año y su tallo conserva agua.

Este es considerado uno de los más hermosos del mundo, su nombre hace referencia a una princesa indígena de nombre Ocetá, y a su historia de amor con el guerrero Penagos, soldado del suamox, que combatía a los españoles y fue dado de baja en un enfrentamiento con los invasores. La princesa sumida en la tristeza, sube a la cima del páramo para dejarse morir de hambre y de frío, originando el nombre se los páramos más lindos del mundo. Se crea un mundo lleno de mitos románticos que envuelven el llanto de la princesa Ocetá en medio de formaciones y moldeamientos del paisaje como la ciudad perdida que poseen altas paredes rocosas que crean pasillos por las que se interna la niebla, evidenciando un ecosistema único y maravilloso. Es un lugar imponente por su belleza y riqueza natural, nutrida de frailejones, lúpulos y fauna característica de los páramos como cóndores, venados cola blanca, conejos silvestres, aves, anfibios y cóndores de Ocetá.

Además en el páramo se puede visitar la piedra de los sacrificios, el púlpito, la ciudad pérdida, el pedrisco con impactantes túneles, la cueva de las ánimas y las tres piedras tórtola, tortolo y el tortolito.

El páramo pertenece al Parque Natural Regional, unidad biográfica Siscunci – Ocetá. El Consejo Municipal de Monguú, mediante el acuerdo N° 20 del 2001, estableció un “área de protección, conservación y de manejo especial” y creó el “Parque Natural Municipal Páramo de Ocetá”, en el municipio de Monguú (Boyacá).

Allí solo podrán realizar únicamente las siguientes actividades:

1. Conservación: Actividades que contribuyan a la permanencia de los recursos naturales renovables como agua, bosques, flora, fauna y al fomento del equilibrio biológico de los ecosistemas.
2. Preservación: Actividades que eviten el deterioro ambiental debido a la introducción de factores ajenos.
3. Recuperación y Control: Actividades dirigidas a la restauración de los ecosistemas degradados.
4. Investigación: Actividades orientadas al conocimiento de los ecosistemas para así definir su manejo y/o aprovechamiento sostenible.


5. Educación: Actividades dirigidas a generar cambios de actitud respecto al manejo, uso, conservación y valoración del patrimonio cultural e histórico.

6. Recreación: Actividades que tienen por finalidad proporcionar esparcimiento a los visitantes del parque, a través de la convivencia con el medio natural, mediante programas ecoturísticos, que serán dirigidos por la Dirección de Turismo, Cultura y Medio ambiente. Los propósitos de recreación y usos, deberán generar algún tipo de ingreso que permita la cofinanciación por parte del Municipio para proyectos de protección, conservación y preservación de dicho parque.

7. Cultura: Actividades que promueven y difunden el conocimiento sobre los valores propios de la región. (Acuerdo no. 20 de 2001, Monguí, 2002)

Tabla 1

*Inventario turístico*

		<b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>			
<b>FORMULARIO SITIOS NATURALES</b>					
<b>1. GENERALIDADES</b>					
1.1. Nombre	PARAMO DE OCETA				
1.2. Departamento	BOYACA	1.3. Municipio	MONGUI		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Duzgua y Pericos				
1.5. Administrador o Propietario	El Estado mediante Parques Nacionales de Colombia				
1.6. Dirección/Ubicación					
1.7. Teléfono/Fax		1.7. Distancia (desde la ciudad capital)			
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	2 horas	1.9. Tipo de Acceso	Vía Pavimentada hasta Monguí, A la reserva natural se ingresa caminando		
1.9. Horario de Ingreso	NA	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
		Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:	El Paramo de Oceta cuenta con varios accesos que llegan a la vereda Duzgua y Pericos en donde se encuentran los senderos o caminos reales que acceden a esta reserva natural Paramo de Oceta.				
1.11. Tarifas	NA				
1.12. Coordenadas	Latitud	72°49' 36,2" W	Longitud	05° 42' 36,8" N	
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>					
2.1. Código Asignado	2.10.2				
2.2. Descripción:	<p>El páramo de Oceta está situado en el municipio de Monguí en Boyacá. Este páramo es considerado uno de los más hermosos del mundo, su nombre hace referencia a la princesa indígena de nombre Oceta, y a su historia de amor con el guerrero Indígena Penagos, soldado del Suamox, que combatía a los españoles y fue dado de baja en enfrentamiento con los invasores. La princesa, sumida en la tristeza, sube a la cima del páramo para dejarse morir de hambre y frío, originando el nombre del páramo más lindos del mundo. Se crea un universo de mitos románticos que envuelven el llanto de princesa Oceta en medio de formaciones y moldeamientos del paisaje como la cascada de Pericos, la laguna de Romeral, cascada de los Penagos y la ciudad perdida con sus callejones donde habita la princesa con su inmenso dolor. El Paisaje es adornado con el canto de aves nativas que se camuflan entre los bellos jardines del paramo, para dar un contraste de colores intensos que resaltan los venados y demás fauna silvestre que danza con el majestuoso ritmo del agua y el paisaje frailejunal pajonal. Es un destino Turístico con gran singularidad que rodea con sus inmensas montañas al municipio de Monguí. No obstante a su singular y belleza natural el ecosistema ostenta gran presión antrópica derivada de las actividades agrícolas y ganaderas que colonizan esta gran reserva natural ocasionando variaciones perjudiciales e irreversibles para este ecosistema.</p>				
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					
<b>CALIDAD</b>				<b>PUNTAJE</b>	
Sin contaminación del aire (10)				10	
Sin contaminación del agua (10)				9	
Sin contaminación visual (10)				10	
Sin contaminación sonora (10)				10	
Estado de conservación (10)				9	
Diversidad (10)				10	
Singularidad (10)				10	
				Subtotal	
				68	
<b>SIGNIFICADO</b>					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					
				<b>TOTAL</b>	
				68	
<b>FUENTE</b>					
Fotografía: Heller Martin Ricaurte					
Diligenciado por:		Heller Martin Ricaurte		Fecha: 14 de Noviembre de 2015	



*Nota:* Formato único con información turística del destino (fuente FONTUR<sup>1</sup>).

<sup>1</sup> FONTUR: Fondo Nacional de Turismo.

## **2.4. Marco legal**

Es de suma importancia regirse a un marco legal estricto y definido debido al tipo de destino que se va a trabajar, es por ello que al ordenamiento jurídico en Colombia se rige en primera instancia a través de la Constitución Política del año 1991 citando dos de sus artículos 79 y 80. Además se tendrá en cuenta la Ley del Medio Ambiente Ley 99 de 1993.

### **2.4.1 Constitución política de 1991 de Colombia.**

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas. (Constitución Política de Colombia, 1991)

### **2.4.2 Ley 99 de 1993 ley del medio ambiente.**

Artículo 1o. Principios generales ambientales. La Política ambiental colombiana seguirá los siguientes principios generales:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.
3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
4. Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.
5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.

6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

8. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.

9. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.

10. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.

11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.

12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático, y participativo.

13. Para el manejo ambiental del país, se establece un SINA<sup>2</sup>, cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil

14. Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física (Congreso de la Republica, 1993).

#### **2.4.3 Ley 1558 de 2012 – Ley del turismo.**

En Colombia para efectos de calidad y regulación en el turismo existe una ley que ampara y exige a los prestadores de servicios turísticos brindar un servicio eficiente y pertinente con calidad.

---

<sup>2</sup> SINA: Sistema Nacional Ambiental

Artículo 5 Calidad turística. Las normas técnicas de calidad expedidas por las unidades Sectoriales de Normalización establecidas en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996

Artículo 69. .del fomento de la calidad en el sector turismo. El Ministerio de Desarrollo fomentará el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos prestados a la comunidad. Para los efectos anteriores, el Ministerio de Desarrollo Económico promoverá la creación de Unidades Sectoriales con cada uno de los subsectores turísticos. Estas unidades formarán parte del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología. La creación de las Unidades Sectoriales se regirá por lo establecido en el Decreto 2269 de 1993 y en las normas que lo modifiquen o adicionen”.

... relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ( Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012 )

#### **2.4.4 Ley 1834 del 2017 – Ley naranja.**

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Artículo 2. Definiciones. Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa (Congreso de la Republica, 2017).

#### **2.4.5 Plan sectorial de turismo 2014-2018.**

El Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, se acoge a las directrices de gestión sostenible, promulgadas por la Organización Mundial del Turismo OMT, aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, “el turismo sostenible debe

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, contribuyendo al entendimiento y a las tolerancias interculturales.

- Fortalecer los canales de comunicación con los organismos de certificación o inspección en materia de turismo, a través de reuniones periódicas que permitan hacer seguimiento a los procesos de certificación a cargo de cada una de ellas.

- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, contribuyendo a la reducción de la pobreza.

- El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias”.

#### **2.4.6 NTC-TS 001-1 Áreas turísticas de Colombia, requisitos de sostenibilidad.**

Esta norma específica requisitos de gestión, así como aquellos relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, aplicables a un destino turístico o a un área turística dentro del mismo. Este instrumento promueve la adopción de un enfoque basado en

normas de producto, permitiendo que el destino o área turística demuestre, de manera permanente, que cumple con los requisitos acá establecidos.

El destino turístico debe establecer, implementar y mantener un procedimiento documentado para identificar, tener acceso, cumplir y evaluar periódicamente el cumplimiento de las legislaciones que le sea aplicable en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos.

El destino turístico debe identificar como mínimo la presencia de los siguientes componentes:

- Atractivos turísticos valorados en el inventario turístico.
- Planta turística.
- Infraestructura básica.
- Superestructura.
- Demanda turística.

Así mismo, delimitar el área geográfica utilizando la cartografía básica oficial a una escala que permita un detalle apropiado, para efectos de aplicación de esta norma. También, establecer, implementar y hacer seguimiento a un programa de zonificación y uso turístico, que considere el ordenamiento territorial vigente.

El destino turístico debe tener:

- Identificar cuáles de sus actividades productos y servicios pueden tener un impacto significativo sobre la sostenibilidad y realizar una evaluación que permita determinar las prioridades de actuación.
- Documentar esta información y mantenerla actualizada.
- Basados en esta información, establecer, implementar y mantener objetivos y metas cuantificables, alcanzables y coherentes con la política de sostenibilidad.
- Establecer, implementar y mantener uno o varios programas para alcanzar sus objetivos y metas. Estos programas deben incluir: la asignación de responsabilidades, los medios y plazos para lograrlos.
- Promover la implementación de normas técnicas de sostenibilidad en turismo, tales como la NTS-TS002 y la NTC 5133, entre otras.

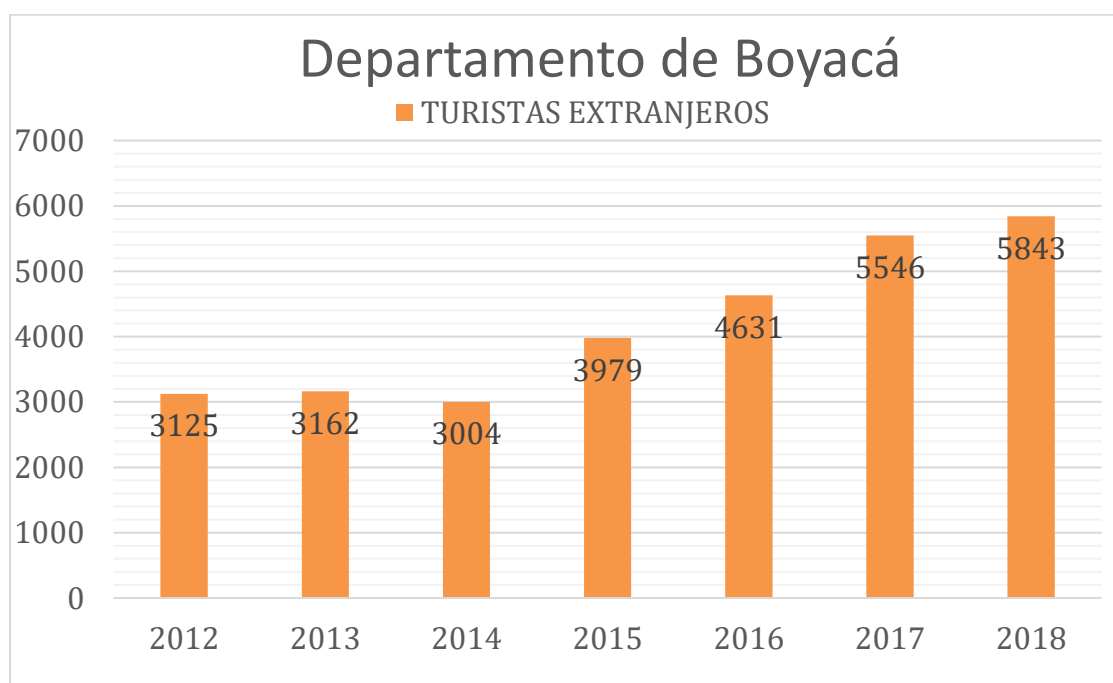
### 3. Problema y objetivos de investigación

#### 3.1. Planteamiento del problema

En Colombia durante los últimos 10 años la llegada de turistas extranjeros no residentes ha sido ascendente, en el 2012 se registraron 1.591.120 turistas y para el 2018 se registraron 3.107.630 turista, un crecimiento del 95.3%, de esas llegadas en el 2012, 825.443 turistas fueron a los parques nacionales naturales y para el año 2018 esa cifra aumento a 1.831.192 de turistas, lo que refleja un crecimiento del 45.07 %. En el año 2018 el departamento de Boyacá recibió 5,843 turistas extranjeros no residentes en el país, donde 12.39% de ellos viajo al municipio de Monguú. (Citur, 2019).

Tabla 2

*Turistas extranjeros que llegaron al departamento de Boyacá*



*Nota:* Llegada de turistas extranjeros a Boyacá ( CITUR<sup>3</sup>, 2019).

Los destinos más visitados en el departamento de Boyacá en el 2018 fueron en su mayoría destinos con gran riqueza cultural y sobre todo natural como el caso del municipio de Villa de

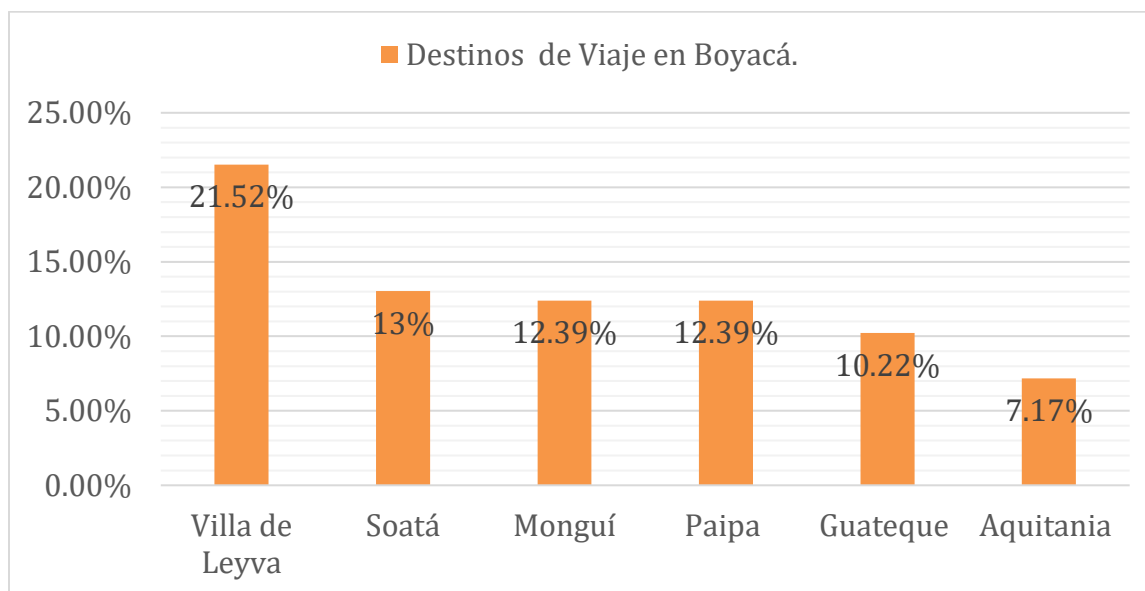
<sup>3</sup> CITUR: Centro de Información Turística-Colombia



Leyva y Mongu  que se han posicionado a lo largo del tiempo como destinos de talla internacional y muy atractivos para los aventureros del mundo

Tabla 3

Destinos turísticos más visitados de Boyacá.



*Nota:* Destinos de Boyacá, (CITUR, 2019)

Lo anterior prioriza un interés especial en la planificación y desarrollo de los destinos naturales debido al crecimiento en el número de turistas que visitan los parques nacionales naturales de Colombia.

Con respecto al paramo, entendiéndose como un patrimonio natural de vital importancia para el municipio y para Colombia, es importante saber administrar y planificar este destino, ya que si cae en estas etapas será nefasto e irreparable su degradación, por ende, se debe tener mayor vigilancia y cuidado a la hora de desarrollar una propuesta sostenible y en este caso naranja. Desde un primer vistazo, la falta de delimitación de los senderos por donde se transita genera una erosión general del suelo, igualmente facilita la perdida de los senderistas dentro del páramo.

A partir de la sistematización de experiencias turísticas se pretende determinar que falencias y puntos débiles se est n presentando en la oferta de los servicios turísticos y a su vez que deficiencias hay con relación a la sostenibilidad del lugar. Asimismo, permitirá entender que fenómenos

experimentan los turistas y que nuevas estrategias orientadas al turismo naranja se pueden implementar para satisfacer las necesidades de la comunidad y del turista, previniendo el estancamiento y declive del mismo.

### **3.1.1. Pregunta de investigación.**

A partir de lo anterior se plantea la siguiente pregunta ¿De qué manera la sistematización de experiencias turísticas puede influir en la minimización del impacto del turismo convencional, para lograr herramientas que generan una propuesta turística naranja en el páramo de Ocetá previniendo así su estancamiento y posterior declive?

## **3.2. Objetivos de la investigación**

### **3.2.1 Objetivo general.**

Desarrollar una sistematización de experiencias turísticas, con miras a la postulación de una propuesta turística naranja para prevenir el estancamiento y declive del destino.

### **3.2.2 Objetivos específicos.**

- Analizar las dinámicas turísticas que se presenten en el páramo, expresados a través de la experiencia del viajero.
- Sistematizar las experiencias turísticas a partir de la relación turista y destino.
- Plantear una propuesta turística naranja enfocada a la sostenibilidad y a la creatividad, en donde se busque proteger y conservar el páramo.

## **3.3. Definición conceptual**

La investigación tomara de base los siguientes conceptos, los cuales dinamizan y enmarcan la interpretación y el análisis de las ideas a desarrollar.

### **3.3.1 Sistematización de experiencias.**

La sistematización de experiencias es una interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre y explica la lógica del proceso, los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo (Expositó & Gonzales, 2017).

Según Jara (2015). “...la sistematización de experiencias es en sí misma un proceso de educación popular: produce un conocimiento crítico, dialógico, transformador. Así, no sistematizamos por sistematizar ni solo por conocer lo que ocurre o ha ocurrido, sino para cuestionarnos el porqué de los acontecimientos y prácticas, produciendo, por tanto, un conocimiento que sirve como guía para la acción transformadora...”.

### **3.3.2. Experiencia turística.**

Se destacarán entonces las dos principales tendencias de la definición de la experiencia turística actual: por un lado, la centrada en el proceso, que se vincula con el tema del aprendizaje y las transformaciones de los recursos del mundo en conocimientos; por otro lado, la que considera la experiencia turística como una "vivencia" centrada en el placer y el hedonismo y cuya vocación consiste por lo tanto en mantener sus promesas o alcanzar el éxito en ellas.

Asimismo, es importante considerar el espacio dentro de la experiencia turística, ya que la práctica turística se ubica necesariamente en un lugar, en donde se genera “un proceso interactivo” entre el turista y este, entendiendo este último en un sentido muy amplio que incluye características poco tangibles como la atmósfera, la luminosidad, los olores, el aire y la tranquilidad (Vergopoulos, 2016). A su vez, la variable del tiempo juega en la experiencia un protagonismo, ya que es la duración y la ubicación de las acciones en un instante determinado; esta comienza desde la planeación del viaje hasta tiempo después de terminar el viaje.

No obstante, siendo imprescindible las relaciones sociales hacen que la experiencia tenga validez y sean apropiadas por el turista, generando en el una cadena de valor y recordatorio de cada uno de los sentimientos que suscitaron en cada espacio y momento.

Según Brougère (2015), la experiencia turística surge al momento en que el aprendizaje atrapa y cautiva al turista, esta puede ser desde una postura positiva o también negativa, todo depende de la percepción del turista en cuanto al espacio, tiempo y relación social con lo deseado (pp. 35-50).

### 3.3.3. Patrimonio natural.

Para la Unesco (s,f) *“Son todos aquellos monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; ii) las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación; los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural”*

### 3.3.4. Páramo.

Los páramos son extensas regiones desarboladas que coronan las sumidas de las cordilleras por encima del bosque andino, desde 3800 m.s.n.m (localmente 3200 m.s.n.m) y que pueden dividirse en los subpisos: subpáramo, páramo propiamente dicho y superpáramo

Así mismo, para Pombo (1989), el páramo es una unidad ecológica de gran importancia para la regulación de los flujos de agua, pues debido a su constitución es capaz de retener en sus suelos hidromórficos grandes volúmenes de agua y controlar su flujo a través de las cuencas hidrográficas.

En cuanto a la representatividad del ecosistema de páramo por departamento, Boyacá presenta la mayor extensión en el país con un 18.3% del total nacional, al igual que la mayor extensión de páramos húmedos. Le siguen en extensión los departamentos de Cundinamarca (13.3%), Santander (9.4%), Cauca (8.1%), Tolima (7.9%), y Nariño (7.5%).

En relación con la representatividad ecosistémica del páramo en las CAR<sup>4</sup>s, se encuentra que en jurisdicción de CORPOBOYACA se localiza la mayor extensión de este ecosistema en el país, alcanzando un 17.9%. Le siguen CORMACARENA (10.1%), CORPORINOQUIA (9.0%), CRC (8.1%), CORTOLIMA (7.8%), CORPONARIÑO (7.5%) y la CAS (6.8%). (MinAmbiente, 2019, p. 4)

---

<sup>4</sup> Corporaciones Autónomas Regionales

### **3.3.5. Estrategias sostenibles.**

Son todas aquellas acciones planificadas que contribuyen a la toma de decisiones y así conseguir mejores resultados, No obstante, estas acciones están orientadas hacia el desarrollo sostenible, el cual se define “... como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987,).

En el turismo se infiere al equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. El desarrollo sostenible en este incluye:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural como un todo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los interesados unos beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (NTS TS 001,2006)

### **3.3.6. Estrategias naranjas.**

En el caso de las estrategias naranjas se refieren a desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. El sector editorial de la economía naranja se basa en un proceso simple y universal de copia directa. Ello no desconoce los avances y evoluciones que le tiempo ha traído (Hawkins, 2001, pp 52-60).

## 4. Metodología

A partir de la sistematización de experiencias turísticas se pretende recolectar y procesar datos cualitativos, de los cuales determinaran que falencias y puntos débiles se están presentando en la oferta de los servicios turísticos y a su vez que deficiencias hay con relación a la sostenibilidad del lugar.

Asimismo, esta sistematización permitirá entender que fenómenos experimentan los turistas y que nuevas estrategias orientadas al turismo naranja se pueden implementar para satisfacer las necesidades de la comunidad y del turista, previniendo el estancamiento y declive del mismo.

### 4.1. Población y muestra

Para poner en contexto la investigación se tomará como Población la cantidad de turistas extranjeros que visitaron el departamento de Boyacá en el 2018, la cual fue de 5.843, es importante tener datos estadísticos verídicos y fiables para realizar el análisis (Citur, 2019). Se selecciona la muestra por muestreo aleatorio estratificado debido a que permite tener mayor manejo en la información y caracterización.

Es así se realiza la formula finita para poblaciones menores de 10.000 teniendo un intervalo de confianza del 96%, una probabilidad de éxito del 80% y de fracaso del 20%, con un máximo de error admisible del 5% y con un tamaño de población de 5843 (Turistas extranjeros que visitaron el departamento de Boyacá en 2018

#### Formula Finita.

Z= Intervalo de confianza= 96% =1,96

P=Probabilidad de éxito= 80%

Q=Probabilidad de fracaso= 20%

e= Máximo error admisible = 5%

N= Tamaño de población= 5843 turistas que visitaron el departamento en 2018

$$n = \frac{0,8*0,2}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{0,8*0,2}{5843}}$$

$$n = 235,9 \text{ Encuestas}$$

Posterior a resolver la formula la cual arroja una muestra de 235.9 difiere en la realización de 236 formatos de encuesta estructurados de manera óptima y pertinente.

Tabla 4

*Tipo de Población y Muestra seleccionada.*

Población	Muestra
Turistas que visitaron el departamento en 2018.	Muestreo aleatorio estratificado
	Turistas en el páramo de Ocetá
	✓ Encuestas: 236 Formularios.

*Nota:* Población y Muestra, propia (2019)

#### 4.2. Técnicas e instrumentos

Para cada objetivo se desarrolló una técnica con su propio instrumento y categoría de análisis permitiendo un mejor desarrollo y ordenamiento de los datos en la investigación.

Tabla 5

*Técnicas e instrumentos*

Objetivos	Técnica	Instrumento	Categoría de análisis
Analizar las dinámicas turísticas que se presenten en el páramo, a partir de la experiencia del viajero.	Observación. Fotografía.	Matriz de Observación Matriz de Registro Fotográfico.	Dinámicas Turísticas
Sistematizar las experiencias turísticas a partir de la relación turista y destino.	Encuesta	Formato de sistematización experiencia.	Experiencias turísticas.

*Nota:* Cada objetivo tiene su propia técnica e instrumento, además con su categoría de análisis (propia).

Cabe resaltar que la protección y conservación del páramo es ineludible, ya que hace parte del patrimonio natural del municipio y es un bien común de la nación, en donde yace un recurso hídrico indispensable para la comunidad. Por ende, las partes que se beneficiaran, resultaran de la relación entre Medioambiente -Comunidad local -Tour operador -Turista.



## 5. Primer capítulo: dinámicas del destino

El páramo de Ocetá, es considerado como uno de los más bellos del mundo debido a que alberga una cantidad importante de frailejones *speletia*.

Dentro del diagnóstico del territorio, se puede evidenciar la falta de delimitación y señalización de los senderos por donde se realizan las actividades turísticas (senderismo y avistamiento), lo que genera una erosión máxima del suelo, teniendo como consecuencia una pérdida irreparable e irreversible; en especial en los cojines de agua, presentes en la parte alta del páramo.



**Figura 5.** Frailejones. Propia (2019).



**Figura 6.** Estanque de agua. Propia (2019).



**Figura 7.** Cojines de agua. Propia (2019).

Los cojines de agua son protegidos por los guías profesionales de turismo que llevan su grupo de turistas pero desafortunadamente se evidencio el daño por parte de algunos turistas y campesinos que habitan en la región. La falta de una adecuada infraestructura turística agrava la erosión del sus suelos. Cabe resaltar que estos cojines en su mayoría son orígenes de quebradas y riachuelos que tiene la provincia



**Figura 8.** Formaciones rocosas. Propia (2019).

Respecto a las formaciones existen relatos relacionados con la misma deidad de la Isla de Pascua en Chile. No en vano hay vestigios de los muiscas en la región los cuales resaltan el valor cultural de las formaciones. Los turistas pueden ingresar a las formaciones pero no cuenta con una infraestructura turística propicia para realizar actividades de espeleología.

## 6. Segundo capítulo: sistematización de las experiencias

Para desarrollar la sistematización se propone organizar el páramo desde un aspecto espacio tiempo, por ello se dividió en 3 fases la sistematización ya que cada una cuenta con unas características específicas.

Tabla 6

### *Proceso de Sistematización de Experiencias turísticas*

Proceso de sistematización			
Antes		Durante	Después
Conocimiento previo del páramo	Mecanismo de acercamiento.	Primer encuentro. (Entrada al páramo).	Identificación de los puntos altos y bajos.
	Características geográficas del terreno	Segundo encuentro (Colchones de agua).	Calificación al guía profesional de turismo.
Expectativas del páramo	¿Qué busca? ¿Cómo lo busca? ¿Dónde lo busca? ¿Por que lo busca?	Tercer encuentro (Formaciones rocosas).	Definición del destino por parte del turista.

*Nota:* Proceso detallado de la sistematización (propio, 2019)

Se puedo establecer que el Páramo concreta los siguientes recursos turísticos potenciales: las cuchillas Peña Negra y Balcones, cerros El Morro y Ocetá, la “Ciudad Perdida“,y la laguna Negra de Mongua. Dentro de los procesos de Plan de manejo del parque se estableció al ecoturismo como una actividad de uso condicionado, sin embargo, hasta el momento no se ha desarrollado la delimitación, ni señalización de senderos o rutas. La zona de preservación determinada para la actividad ecoturística es de 44.568 hectáreas.

### 6.1. Fase 1: Surgimiento de la experiencia (Antes)

La primera fase esta enfoca en el imaginario que el turista tiene con el destino que está próximo a conocer, es aquí donde se debe tener control sobre la expectativa del turista ya que a partir de este se generará una buena o mala experiencia. Es por ello que se diseñó una encuesta de 10 preguntas claves con una duración de 2 minutos. Esta encuesta se desarrolla en un espacio diferente al páramo de manera virtual, para ello se utilizó la aplicación de SurveyMonkey.

A continuación, se mostrará el esquema de la encuesta de la fase 1

**POcetá**

**POcetá**

Antes

En esta etapa se llevará a cabo el primer contacto del turista con el destino. Se busca identificar el imaginario del turista antes del arribo al destino.

**1. País de origen**

^ Página 1 de 1

+

**Figura 9.** Formulario. Propia (2019).

En esta primera Fase se desarrolló en las encuestas, preguntas de tipo dicotómicas debido a que nos permite tener una idea concreta sobre el inicio de la experiencia.

**\* 2. ¿A través de que medio usted conoció el páramo de Ocetá?**

- En redes sociales
- En una página web
- En una revista especializada de turismo
- En un programa televisivo
- Por un familiar o amigo
- Otro (especificar)

**\* 3. ¿Alguna vez ha visitado un páramo?**

- Si
- No

**Figura 10.** Formulario 2-3. Propia (2019).

**4. ¿Tiene conocimiento sobre el clima del páramo?**

Sí

No

Si su respuesta es No, por favor no responda con la siguiente pregunta.

**5. ¿Qué temperatura tiene un parámo?**

**6. ¿Conoce el tipo de dificultad para ascender el páramo?**

Sí

No

**Figura 11.** Formulario 4-6. Propia (2019).



Si su respuesta es No, por favor no responda con la siguiente pregunta.

**\* 7. ¿ Qué dificultad cree que encontrará?**

Alta

Media

Baja

**8. ¿ Ya tiene contratado su turoperador (Guia)?**

Si

No

**Figura 12.** Formulario 7-8. Propia (2019).

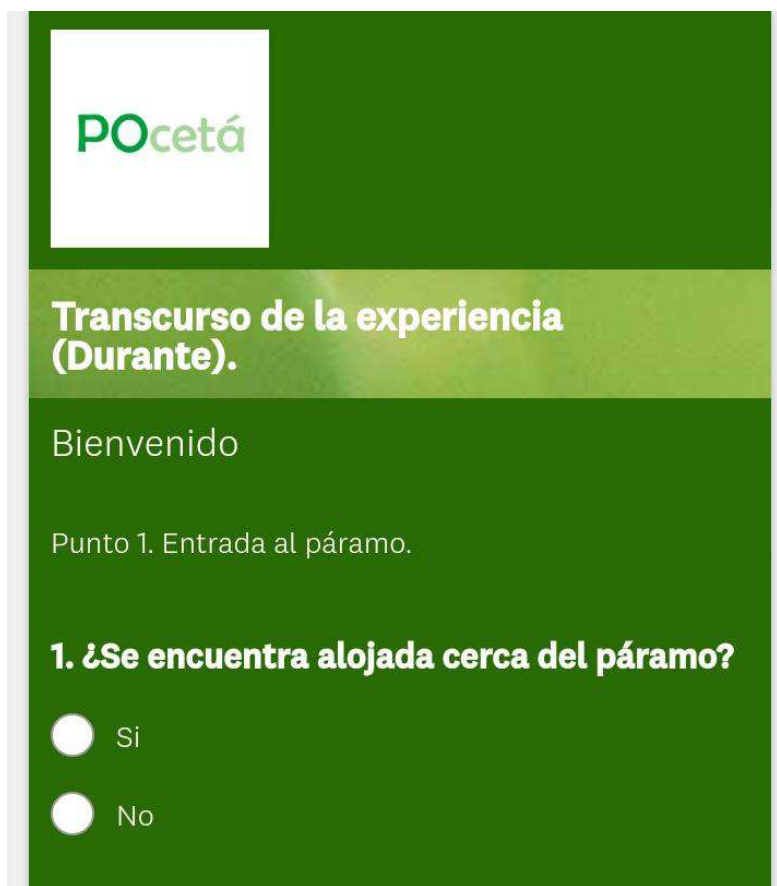
**9. ¿Qué espera encontrar en el páramo?**

**10. En una sola palabra describa como será su experiencia**

**Figura 13.** Formulario 9-10. Propia (2019).

## 6.2. Fase 2: Transcurso de la experiencia (Durante)

Para llevar a cabo la sistematización en esta fase se delimitaron 3 puntos estratégico: Entrada al páramo, los cojines de agua (Lugar permitido), formaciones rocosas. Una vez que el turista se haya desplazado de su lugar de origen al páramo, es indispensable conocer su estado físico y emocional, ya que si algún aspecto no es el adecuado la experiencia podría sufrir una connotación negativa y represiva.



The image shows a digital survey form with a green background. At the top left is the logo 'POceta' in white text on a green square. Below the logo, the title 'Transcurso de la experiencia (Durante)' is written in white. Underneath the title, the word 'Bienvenido' is displayed. The next line reads 'Punto 1. Entrada al páramo.' The main question is '1. ¿Se encuentra alojada cerca del páramo?' followed by two radio button options: 'Si' and 'No'.

**Figura 14.** Formulario B 1. Propia (2019).

Es importante saber si el turista se hospeda cerca debido a que el ascenso al páramo es de dificultad media por ende si la persona no descansa lo suficiente o viene ese mismo día de un trayecto largo, la experiencia estará sujeta a condiciones de fatiga muscular y cansancio.

**2. ¿Qué alimentos ingirió antes de entrar al páramo?**

**3. ¿Qué se sensación esta presentando en el momento ?**

**Figura 15.** Formulario B 2-3. Propia (2019).

Al igual que en el alojamiento, la alimentación también desempeña un papel importante debido a que la ingesta de algunos alimentos pueden debilitar a la persona. De igual manera la ingesta de ningún alimento antes de ascender el páramo es perjudicial para la salud.

Punto 2. Cojines de agua.

Lea las siguientes preguntas posterior a ello, respire profundo y cierre sus ojos por un momento, responda.

**4. ¿ Su cuerpo se siente agotado?**

Si

No

**5. ¿ Que sonidos pueden percibir sus oídos en este momento?**

**6. Al momento de escuchar la caída del agua ¿ Que sentimientos experimenta?**

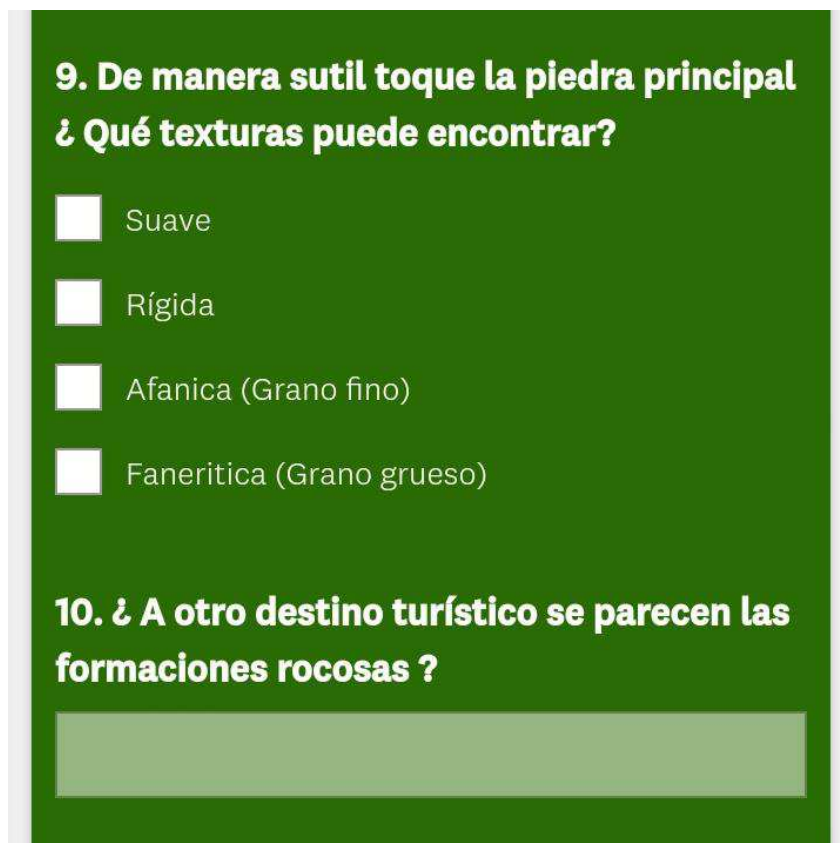
**Figura 16.** Formulario B 4-6. Propia (2019).

Punto 3. Formaciones Rocosas.

**7. De acuerdo a usted ¿Qué forma tiene la roca principal?**

**8. ¿ Sufre de alguna fobia relacionado con los espacios? ¿Cuál?**

**Figura 17.** Formulario B 7-8. Propia (2019).



**9. De manera sutil toque la piedra principal  
¿ Qué texturas puede encontrar?**

Suave

Rígida

Afanica (Grano fino)

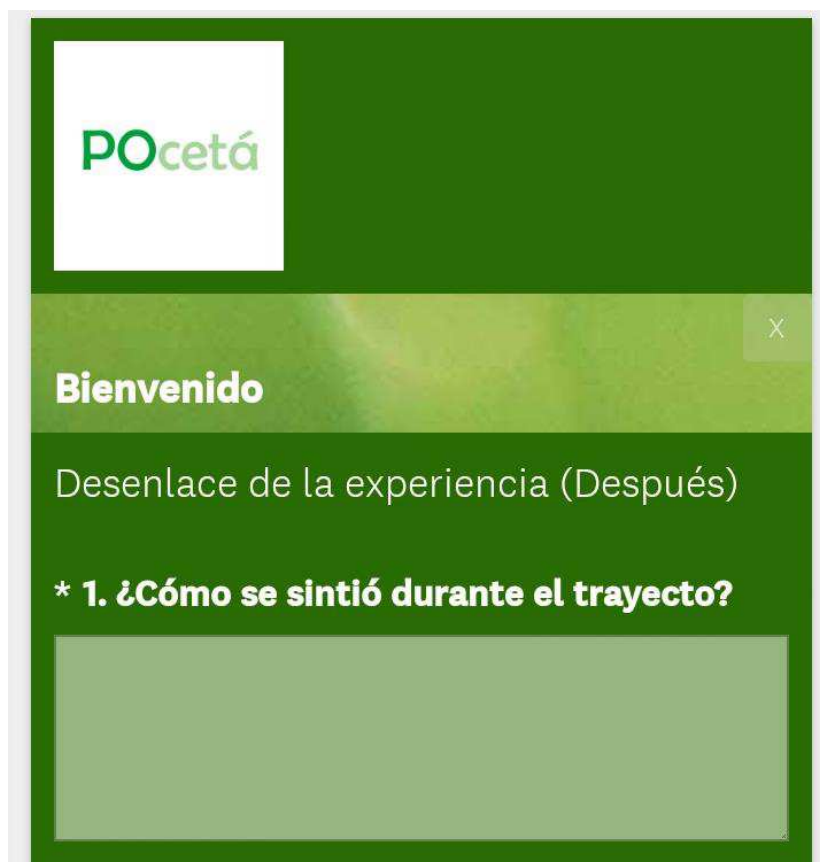
Fanerítica (Grano grueso)

**10. ¿ A otro destino turístico se parecen las  
formaciones rocosas ?**

**Figura 18.** Formulario B 9-10. Propia (2019).

### **6.3 Fase 3: Desenlace de la experiencia (Después)**

Posterior a completar con el trayecto se realizará un cuestionario de 10 preguntas, este cuestionario se diligencia tiempo después de visitar el destino ya que se busca analizar lo que el turista recordó y le quedo en si para su autoconocimeinto.



POcetá

Bienvenido

Desenlace de la experiencia (Después)

\* 1. ¿Cómo se sintió durante el trayecto?

**Figura 19.** Formulario C1. Propia (2019).

En esta fase se utilizaron preguntas no dicotómicas para que las respuestas no fuera tentadoras o que guiamos al turista a lo queremos. De igual forma las preguntas abiertas brindan mayor información y permiten tener un juicio más amplio.

**\* 2. ¿Qué elementos del páramo le gustó más?**

**3. En una palabra ¿Cómo definiría el páramo?**

**\* 4. Durante el trayecto ¿Que momento le gustaría mantener intacto?**

**Figura 20.** Formulario C 2-4. Propia (2019).



**5. ¿Que le disgusto del páramo?**

**6. ¿Cómo evalúa al guía profesional de turismo?**

**Figura 21.** Formulario C 5-6. Propia (2019).

**7. ¿Cuanto presupuesto gasto en su visita al páramo? Incluye alojamiento, guía y alimentación.**

\$50.000- 100.000 cop

\$101.000- 150.000 cop

\$151.000- 200.000 cop

\$201.000 - 250.000 cop

\$251.000 + cop

Otro (especificar)

**\* 8. ¿Usted volvería a visitar el páramo de Ocetá?**

**Figura 22.** Formulario C 7-8. Propia (2019).

**9. ¿De qué manera usted recomendaría el páramo?**

**10. ¿ Que cambio cree que hubo en usted después de visitar el páramo?**

**Figura 23.** Formulario C 9-10. Propia (2019).

## 7. Tercer capítulo: propuesta turística naranja

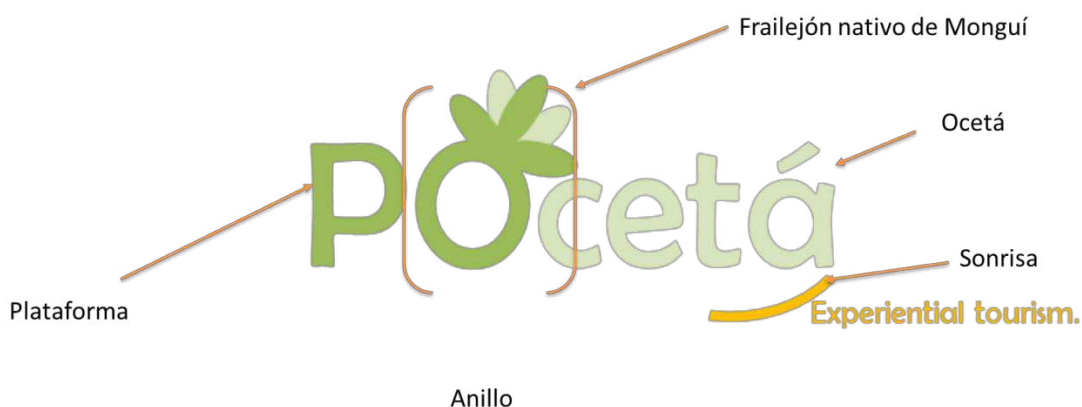
Como propuesta de esta investigación, se busca el reconocimiento del páramo a partir de la interactividad en la experiencia turística naranja, la cual se enfatizará en el desarrollo de una plataforma turística experiencial, donde tendrá como fin, recrear un guion turístico (fundamentado en las experiencias), en unos puntos clave del destino.

Al momento de diseñar la propuesta se tuvo en cuenta el objetivo del servicio, el cual sistematizará las experiencias del turista y arrojará información de vital importancia para la toma de decisiones en el destino turístico. Pretendemos demostrar la identidad de la propuesta a través de cuenta e incontable.

A través de encuestas, entrevistas y focus groups se recopilará la información, se tabulará y se le presentará al cliente un indicador de visitas al destino, consumo promedio de los turistas en el destino, tiempo en el destino, satisfacción en el destino, relación precio-experiencia. Asimismo, la plataforma se alimentará con datos e información que arrojará indicadores para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias o políticas que potencialicen, conserven y rejuvenezca el destino.

La plataforma turística llevará el nombre de Pocetá que significa plataforma del páramo de Ocetá ya que se busca a través del nombre reconocer e identificar al páramo en el mercado turístico nacional e internacional. Además, se pretende generar una fácil recordación para el turista y que se quede en la mente. Esta plataforma será operada por Softur el software propio.

Con el nombre se diseñó un logo símbolo en donde cada uno de los detalles representan las dinámicas y la identidad del destino. Se seleccionó dos tonalidades del color verde, el verde oscuro representa el color del pasto y de las montañas, el verde claro representa el lecho de los frailejones. Sobre la segunda letra (o) sobresale un frailejón de tallo corto endémico del lugar, con ello se pretende ilustrar un anillo de compromiso en cuanto a la protección y conservación del páramo. En la parte inferior justo debajo de la letra T y A se resalta un línea curva horizontal de color naranja la cual hace alusión a una sonrisa y acompañada de dos palabras en inglés *Experiential Tourism-Turismo experiencial*.



**Figura 24.** Logo POcetá. Propia (2019).

### 7.1. Canales de distribución

Los canales serán propios y directos con fuerza de venta y página web.

Canales propios de forma directa:

Fuerza de venta, por web y redes Sociales

Actividades de comunicación con los clientes

Tabla 7

*Canales de distribución.*

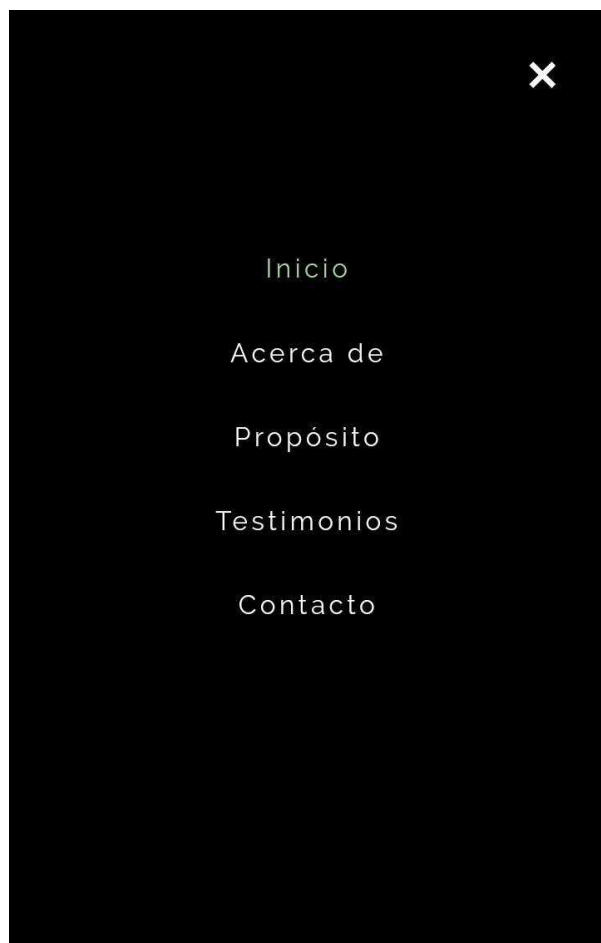
1 Conciencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La necesidad de adquirir el producto por parte de los destinos.</li> <li>● La calidad en la prestación del servicio y fidelidad en la información que se presenta.</li> <li>● Versatilidad.</li> <li>● Reconocimiento de la marca.</li> </ul>
2 Evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Satisfacción</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cumplimiento de los objetivos.</li> <li>● Fidelidad y objetividad en la sistematización.</li> <li>● PQRS en línea.</li> </ul>
3 Compra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Medios Virtuales</li> <li>● Ferias y congresos del sector turístico.</li> <li>● Licitaciones con entes territoriales</li> </ul>
4 Entrega.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Un equipo técnico visitará el destino y realizará un diagnóstico previo para parametrizar el servidor, se le entrega el usuario y una contraseña..</li> <li>● Como un sistema de evaluación de gestión en los recursos y sistema de diagnóstico a través de las experiencias.</li> </ul>
5 Post venta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Soporte técnico durante todo el servicio.</li> <li>● Renovación y actualización de licencias.</li> </ul>

*Nota:* Se presentan los 5 procesos de los canales de distribución (Modelo Canvas)

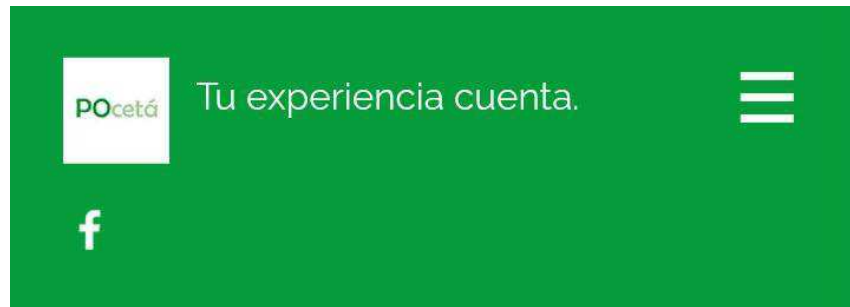
### **7.1.1 Pagina web.**

La página web de Pocetá está administrada por Wix, cuenta con un diseño sofisticado y amigable a la vista con colores verdes y paisajísticos muy característicos del páramo de Ocetá. La estructura orgánica de la página está diseñada en 5 partes: Inicio, Acerca de, Propósito testimonios y contacto.



**Figura 25.** Estructura. Propia (2019).

**7.1.1.1 Inicio.** En el inicio se puede visualizar el logo de Pocetá, acompañado de una frase que genera un valor agregado el cual nos diferencia de la competencia “Tu experiencia cuenta”, esta frase resume toda nuestra labor. Así mismo, la primera imagen que el turista puede contemplar son los frailejones y las rocas o ciudad rocosa la cual se encuentra en la parte superior del páramo.



POcetá



**Figura 26.** Inicio. Propia (2019).

**7.1.1.2 Acerca de.** En esta sección de manera breve y concisa expresamos lo que somos y como llegamos a los turista y clientes. Además, brindamos una definición de la experiencia turística.



## Conoce más sobre POceta

Cómo llegamos aquí

**Somos una plataforma que sistematiza la experiencia del turista que recorre la hermosa geografía del páramo de Oceta, ubicado en el departamento de Boyacá-Colombia, entre los municipios de Mongui y Mongua donde encontraras el nacimiento de la vida en Colombia.**

**La experiencia turística esta enriquecida de aspectos muy valiosos que potencializan el destino. Cabe resalta que a partir de ella surge un proceso de contemplación que mejorar la conexión entre el destino y el sujeto.**

**Figura 27.** Acerca de. Propia (2019).

**7.1.1.3 Propósito.** Es de vital importancia conectar al turista con la página es por ello que buscamos de manera atractiva dividir nuestro propósito en 4 eslabones claves: Analizar la experiencia, Diagnosticar el entorno, información turística a través de indicadores turísticos y potencializar destino.



**Figura 28.** Propósito. Propia (2019).



## Analizar

Experiencia Turística.



**Figura 29.** Analizar. Propia (2019).

En este eslabón se analiza cada una de las experiencias del turista en el páramo de Oceta lo que será de sustento para el siguiente eslabón.



Diagnosticar

Entorno.



**Figura 30.** Diagnosticar. Propia (2019).

Aquí, gracias a las experiencias se realiza un diagnóstico de manera individual y general del páramo lo cual se entrelaza de manera homogénea con el siguiente eslabón.



## Información Turística.

Indicadores



**Figura 31.** Información. Propia (2019).

Ya con el análisis y el diagnóstico, esta información se sistematiza y arrojará información turística expresada en indicadores que representa la demanda del destino, promedio de gasto,

porcentaje de satisfacción, etc. Cabe resaltar que esta información es para nuestros clientes, es decir los administradores del destino, entiéndase como APP<sup>5</sup>, Alcaldías, turoperadores, etc.



Potencializar

Destino



**Figura 32.** Potencializar. Propia (2019).

---

<sup>5</sup> APP: Asociaciones Público-Privadas

Una vez expuesto los indicadores se pasará a asesora al destino para poder reducir los puntos críticos y potencializar el destino.

**7.1.1.4 Testimonio.** En esta sección se plasma las experiencias más atractivas y sorprendentes de los turistas en destino donde está la imagen del turista con la breve descripción, lugar de procedencia y nombre. Es importante tener en cuenta que para realizar la publicación de la experiencia se debe contar con la autorización de los mencionados.



**Figura 33.** Experiencia 1. Propia (2019).



**Figura 34.** Experiencia 2. Propia (2019).

En la parte inferior de la página se encuentra un espacio para que los turistas se puedan contactar con nosotros y nos ayuden a mejorar el destino que visitaron.




## Contáctanos

Nombre \*

Email \*

Asunto

Mensaje



**Figura 35.** Contactar. Propia (2019).

### 7.1.2 Red social.

Para el desarrollo de redes sociales se escogió Facebook debido a su alto uso y dinamismo en el mercado actual. Es por ello que se creó un espacio allí donde se invita a seguir cada una de las

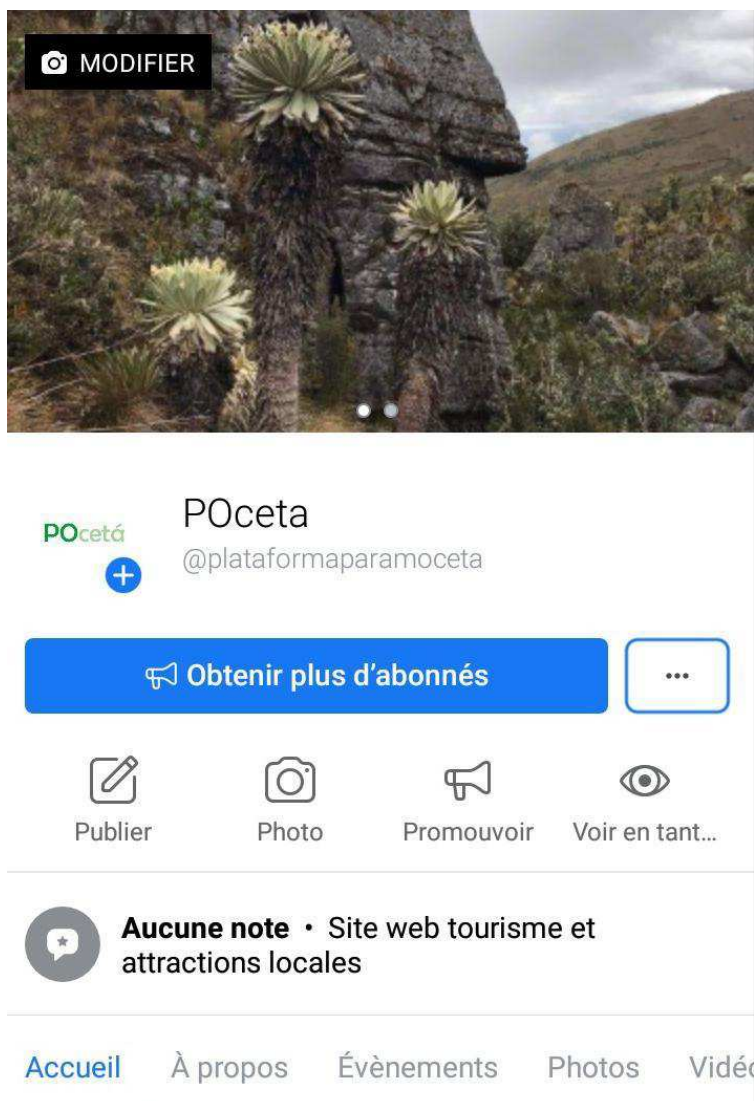
actividades y noticias del páramo. Este espacio es de gran importancia ya que nos permite tener siempre conectado al turista con el destino.

A continuación se muestra nuestro diseño de página y manejo de redes asesorado por un Community Manager<sup>6</sup> en su primera fase.



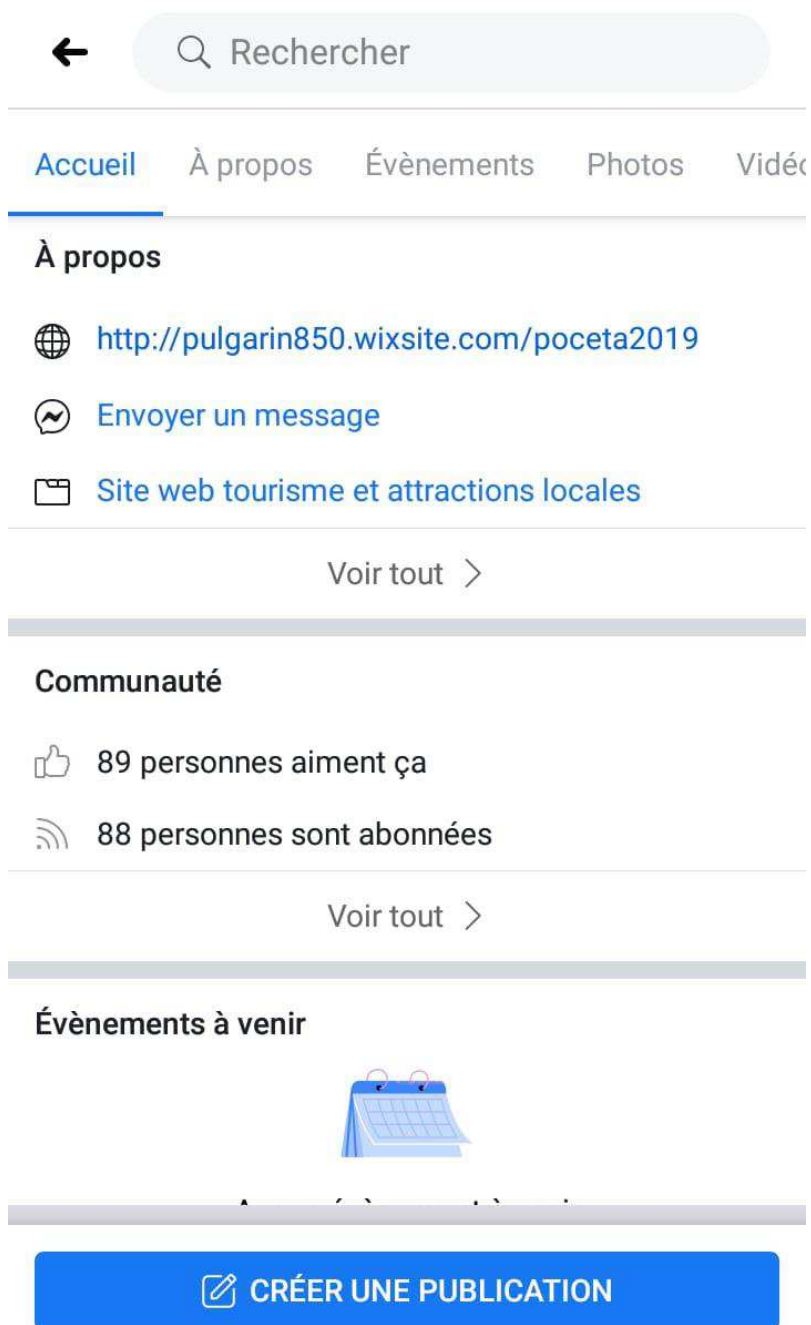
**Figura 36.** Portada 1. Propia (2019).

<sup>6</sup> Community Manager: Profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa.



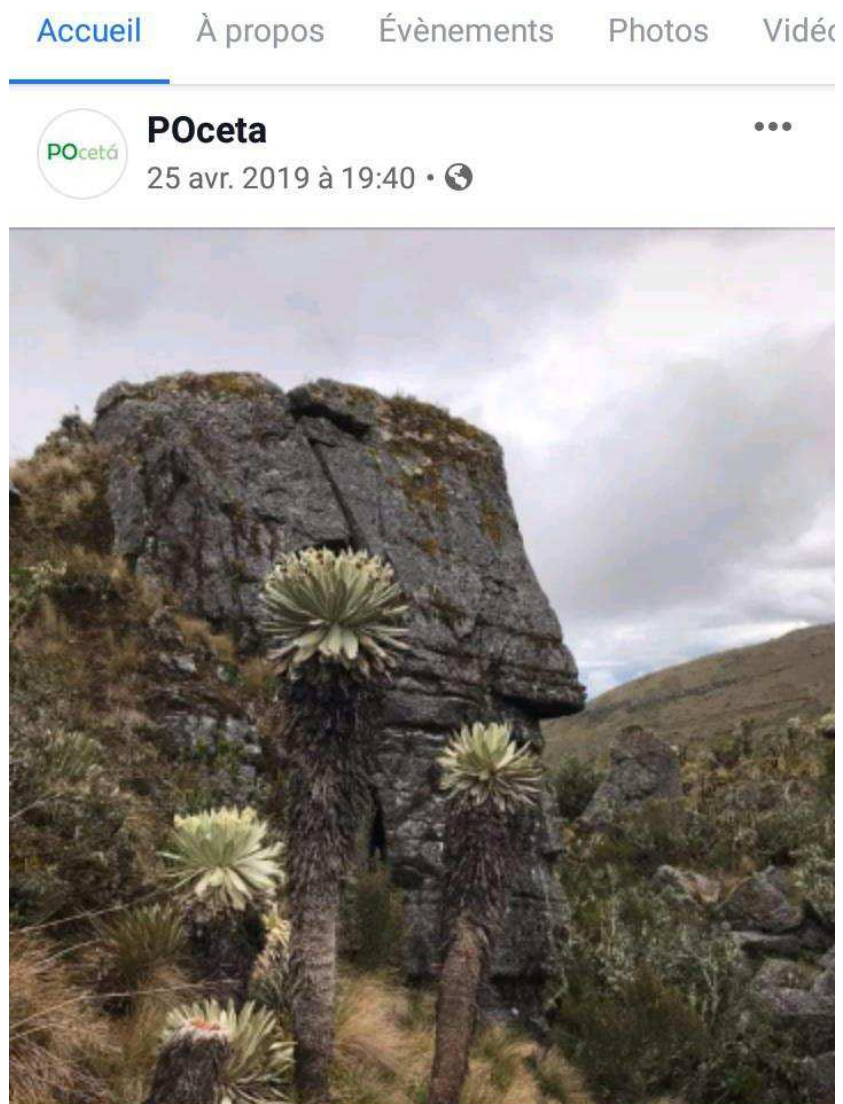
**Figura 37.** Portada 2. Propia (2019).

La portada de inicio es rotativa compuesta de dos imágenes, la primera el nombre de Pocetá y la segunda con la ciudad rocosa.



**Figura 38.** Enlace y comunidad. Propia (2019).

Aquí se puede visualizar el enlace a la página web y la comunidad que nos sigue. Cabe resaltar que las personas que se encuentra expresadas son turistas que ya visitaron el destino.



**Figura 39.** Publicación 1. Propia (2019).

La primera publicación que se realizó fue el 25 de abril del 2019 a las 7:40 pm con la postal más significativa del páramo.

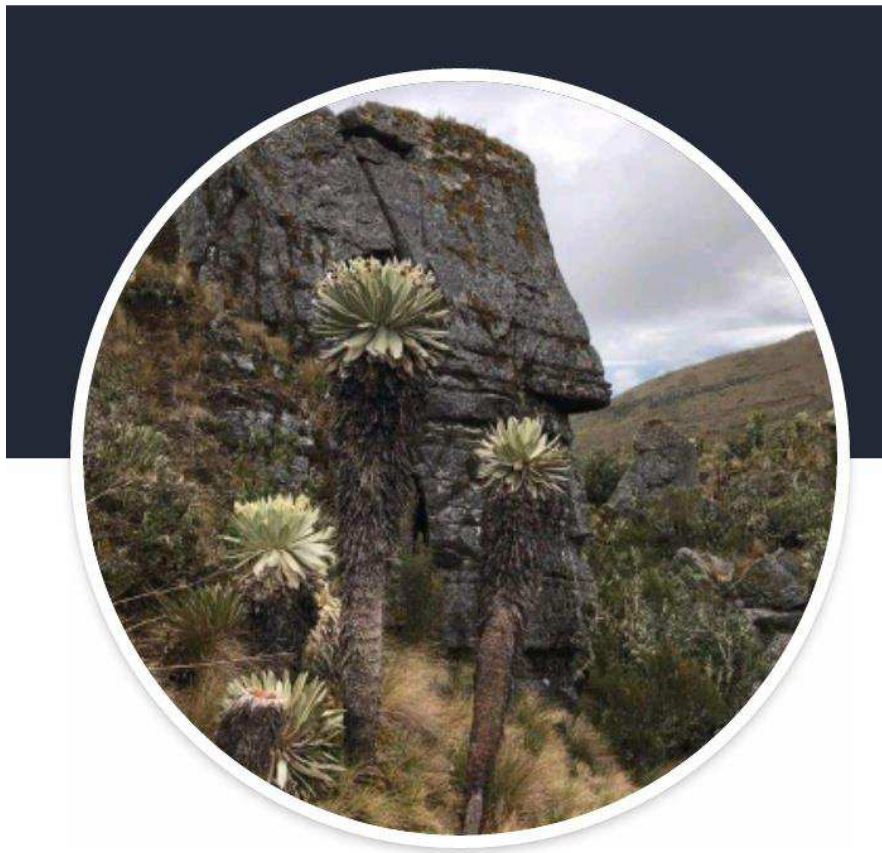
[Accueil](#) [À propos](#) [Évènements](#) [Photos](#) [Vid](#)



**POceta** a changé sa photo de profil.



25 avr. 2019 à 19:45 • 🌐



**Figura 40.** Publicación 2. Propia (2019).



**Figura 41.** Publicación 3. Propia (2019).

Accueil À propos Évènements Photos Vidéo

 **POceta** 3 mai 2019 à 07:47 • 🌐

Municipio de Monguí, departamento de Boyacá. Antesala para descubrir el majestuoso páramo de Ocetá. Red de pueblos patrimonio. Descúbrelo.....



EL TIEMPO

ELTIEMPO.COM

**Monguí: ruanas y balones en el pueblo más lindo de Colombia**

**Figura 42.** Publicación 4. Propia (2019).

Dentro del contenido también se encuentran noticias y notas periódicas de reconocidos medios nacionales e internacionales que describen y aconsejan activos aledaños al páramo, en este caso el casco histórico del municipio de Monguí.



[Accueil](#) [À propos](#) [Évènements](#) [Photos](#) [Vidéo](#)

---

 **POceta** ...

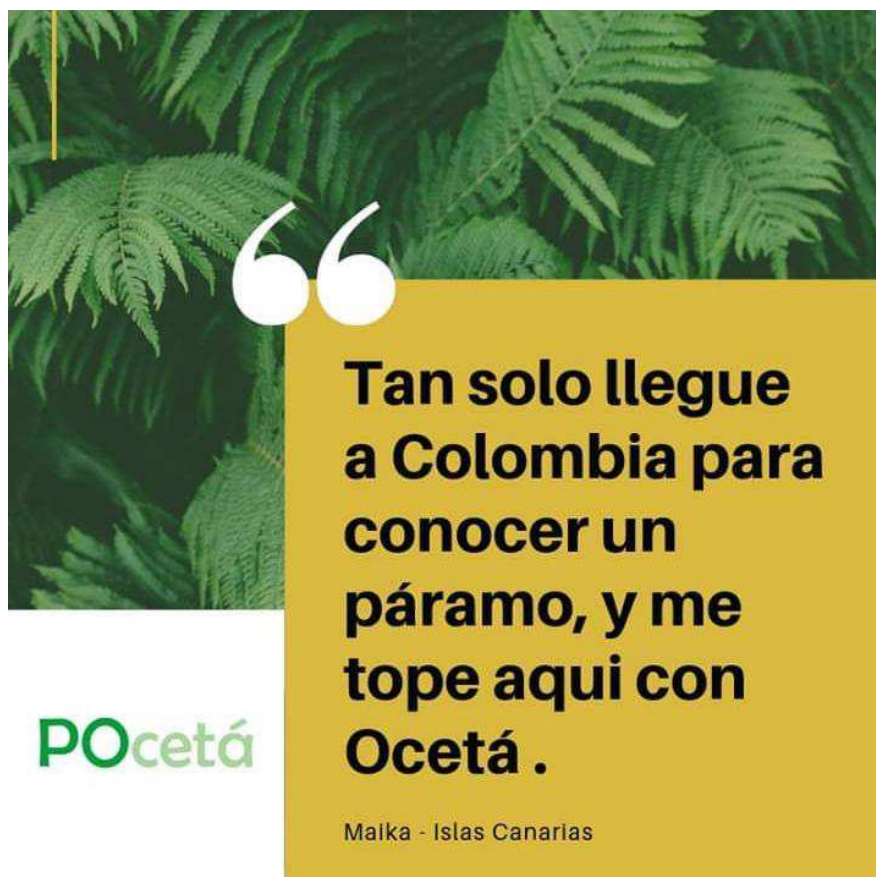
8 mai 2019 à 20:19 • 

Ven y conoce la experiencia de Maika. Una aventurera de Islas Canarias que ha pisado todos los continentes del planeta y se dejó cautivar del páramo de Ocetá. #POceta



“  
**Tan solo llegue a Colombia para conocer un páramo, y me tope aquí con**

Figura 43. Publicación 5. Propia (2019).



**Figura 44.** Material de difusión. Propia (2019).

En este tipo de publicación se resalta la experiencia de una turista que se conectó con el destino y vivió una fabulosa experiencia. Con este contenido se pretende generar un foro en los comentarios en donde interactúen los turistas.

← Rechercher

Accueil À propos Évènements Photos Vidéos

 **POceta** 11 mai 2019 à 09:31 • 🌐

Nuestro páramo amigo de Santurbán-Santanderes- Colombia. Conciencia ecológica, protección inmediata.



SOSTENIBILIDAD.SEMANA.COM  
**Crece polémica por minería y nueva delimitación de Santurbán**

  4

**Figura 45.** Noticia. Propia (2019).

Este contenido permite evidenciar las problemáticas de los páramos en Colombia y como la explotación de los recursos de manera no sostenible perjudican y deterioran el ecosistema. Así mismo, se busca sensibilizar a los turistas para que salvaguarden las riquezas naturales y culturales del páramo de Ocetá.



Figura 46. Publicación 6. Propia (2019).



**Figura 47.** Materia difusión 2. Propia (2019).

Cada publicación tiene una finalidad en esta se expresa la hermandad entre turistas para salvaguardar el páramo, el círculo verde representa el compromiso y la unión con el destino.

## **7.2. Relación con clientes**

Definir una mesa de servicios con un asesor en línea a distancia, que conozca todo el sistema y logre brindar la solución en tiempo real.

Una vez definida la propuesta de valor, es necesario analizar con qué canales/medios atenderemos y contactaremos con los clientes, para después establecer el modo de relación con los mismos.

Nuestro tipo de relación con los clientes es de manera directa pues será donde nuestros clientes se contactan con nosotros directamente para conseguir nuestra propuesta de valor. El vínculo establecido será de largo plazo por las suscripciones; ya que este tipo de vínculo establece una relación más difícil de dejar o romper por parte del cliente, ya que al romper la relación dejaría de recibir los beneficios de nuestra propuesta de valor. La intimidad de la relación con el cliente la llevaremos a cabo de forma automatizada, que es cuando nuestros clientes alcanzan la propuesta de valor del producto a través de una máquina, Lo que supone un bajo contacto entre el producto y los clientes.

### 7.3. Recursos claves

Tabla 8

*Recurso claves de la empresa*

Físicos	Softur contará inicialmente con una central operacional en la ciudad de Bogotá.  De acuerdo con el crecimiento del software se destinarán sucursales de almacenamientos en las ciudades próximas a los destinos.
Intelectual	Tendremos la patente en el diseño del software Softur <sup>o</sup> .
Humano	Softur dispondrá de ingenieros de sistemas y especializas en desarrollo de software. Además, contaremos con técnicos que recolectarán la información y con profesionales en turismo quienes sistematizarán e interpretarán la información turística.
Financiero	Softour contará con un capital inicial de \$100.000.000 aportados por los 3 socios.

	Equipos: \$60.000.000 Licencias y permisos: \$ 30.000.000 Bancos: \$10.000.000
--	--

*Nota:* Se describe con detalle cada uno de los recursos claves (Modelo Canvas, 2019).

#### **7.4. Actividades claves**

La mejor forma de dar a conocer un producto es que las personas se relacionen con él; en este aspecto las ferias y convenciones de turismo son claves.

Para un producto o servicio que hasta ahora está entrando en el mercado turístico, es importante tener en cuenta el punto (socios claves), pues a través de este se pueden crear convenio de toma y dame.

Se refiere al hecho de buscar entidades públicas o privadas y ofrecer planes o descuentos a cambio de un espacio en algún Stand o demostración para los asistentes. La otra forma es a través de licencias de gratuidad como hacen la mayoría de programas cibernéticos, se puede otorgar una licencia libre por un determinado tiempo y después obligar al proveedor a la compra del software, para ello se debe tener en cuenta que tipo de prestador turístico es y qué objetivos o finalidad quiere obtener.

Así mismo, el sistema funciona a través de encuestas, entrevistas y focus group los cuales permiten recopilar la información y procesarla en matrices que arrojaran índices de oferta, demanda y consumo.

## 7.5. Socios claves

Las alianzas que se pueden crear dependerán del fin o el objetivo a usar el software; de esta manera hablaríamos de dos ramas grandes por las cuales se podrían crear convenios que ayudarían la entrada al mercado:

Socio clave: proveedor de datos, gremios para hacer uso de sus afiliados

Entidades públicas: aunque es el proceso más complicado debido a la cantidad de formas que se deben diligenciar y requisitos; la entrada por parte gubernamental genera un gran impacto y el reconocimiento de la marca se posiciona de una manera más fácil y fuerte. Puede que en este caso la responsabilidad sea mayor pero a su vez el aporte al sector turístico y el evidenciar falencias, generaría estrategias de cambio que aumentarían la velocidad y crecimiento turístico de las zonas donde se implemente.

Una de las entidades que podría generar alianza sería FONTUR; el demostrar falencias en la publicidad y oportunidades a través del software ayudaría a la mejora del marketing turístico en el país. El otro sería el Viceministerio de Turismo; cuya finalidad es determinar qué plan de acción tomar en determinado lugar y que lineamientos, por ello la alimentación de la base de datos nos daría una idea de que es lo que necesita el destino y las personas que lo visitan.

Entidades privadas: en este aspecto ya tendría una variabilidad significativa dependiendo de las necesidades de la empresa y lo que busca; dependiendo el tipo de prestador turístico podemos dar una guía o una información sistematizada y resumida de la problemática, los puntos positivos y las amenazas tipo matriz DOFA con las recomendaciones a seguir.

En este caso la información la debe proveer directamente la empresa donde se encuentra para que el resultado sea lo más veraz posible.

En esta rama aplica cualquier tipo de prestador turístico, desde hoteles, alojamiento hasta prestadores de servicio de transporte y guías de turismo; teniendo en cuenta la segmentación antes analizada.



## 7.6. Estructura de costos

### 7.6.1 Costos variables.

El cliente contará con una membresía mensual el cual le permite el ingreso a la plataforma y puede revisar la información turística de su destino. Al momento de adquirir nuestro servicio el cliente deberá pagar un derecho de diseño de index, solo se paga una vez.

Softur será operado por un sistema de tabulación que permite categorizar y ordenar la información. Así mismo, permite el desarrollo de las encuestas. La plataforma será alimentada con contenido audiovisual y fotográfico.

### 7.6.2 Costos fijos.

- Contaremos con una oficina arrendada y el pago de servicios públicos (Agua y Luz).
- Tendremos 2 técnicos y 3 consultores.
- Desarrollaremos un plan de medios en redes sociales y folletos.
- Internet \$500.000
- Nuestro precio de venta es \$3 700.000 el primer mes.
- Punto de equilibrio 9 afiliaciones de nuestro servicio.
- Nuestro porcentaje de contribución 35 %.
- Ventas mensuales \$34.312.000

Tabla 9

#### *Estructura de costos*

Softur				
Software				
Material	Cantidad	Unidad	Observación	Valor
Membresia	1	Membresia	Según destino	\$ 250.000
Encuestas	2000	Encuestas	Según destino	\$ 1.000.000
Grabaciones de voz	100	Audios	Según destino	\$ 100.000
Fotografias	1000	fotografias	Según destino	\$ 350.000
Diseño del index	1	Index	Según destino	\$ 600.000
Tabulador	1	sistema	Según destino	\$ 100.000
			<b>Total</b>	<b>\$ 2.400.000</b>

*Nota:* Desglosé de costos (propio, 2019).

Tabla 10 .

*Costos Indirectos y variables*

<b>Costos indirectos</b>	\$ 100.000
<b>Costos variables</b>	\$ 2.500.000,00

*Nota:* Discriminación de costos (propio, 2019)

Tabla 11.

*Costos fijos*

Costos fijos						
Arriendo	S. de Agua y Aseo	S. Energia	Publicidad	Nomina	Internet	Total
\$ 1.500.000	\$ 800.000	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 6.880.006,63	\$ 500.000	\$11.080.007

*Nota:* Se fijaron los servicios públicos con respecto a un estrato 3 en zona comercial (propio, 2019).

Tabla 12.

*Datos financieros*

<b>% marge de contribución</b>	35	
<b>Precio unitario</b>	\$ 3.692.308	
<b>Punto de equilibrio</b>	9	Unidades
<b>Ventas</b>	\$ 34.312.279	

*Nota:* Los datos proporcionados son mensuales (propio, 2019)

### 7.6.3 Cálculo de nómina salario 2019.

Tabla 13.

#### Nómina de empleados 2019

Operarios			
Empleado	Salario	Subsidio de transporte	Total
Tecnico 1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148,00
Tecnico 2	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148,00
Consultores 1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148,00
Consultores 2	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148,00
Consultores 3	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148,00

Parafiscales				
Empleado	Sena	Icbf	Caja	Total
Tecnico 1	\$ 16.562	\$ 24.843,48	\$ 33.124,64	\$ 74.530
Tecnico 2	\$ 16.562	\$ 24.843,48	\$ 33.124,64	\$ 74.530
Consultores 1	\$ 16.562	\$ 24.843,48	\$ 33.124,64	\$ 74.530
Consultores 2	\$ 16.562	\$ 24.843,48	\$ 33.124,64	\$ 74.530
Consultores 3	\$ 16.562	\$ 24.843,48	\$ 33.124,64	\$ 74.530
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Prestaciones					
Empleado	Prima	Cesantías	Intereses cesantías	Vacaciones	Total
Tecnico 1	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 9.251,48	\$ 34.532	\$ 197.913,57
Tecnico 2	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 9.251,48	\$ 34.532	\$ 197.913,57
Consultores 1	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 9.251,48	\$ 34.532	\$ 197.913,57
Consultores 2	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 9.251,48	\$ 34.532	\$ 197.913,57
Consultores 3	\$ 77.065	\$ 77.065	\$ 9.251,48	\$ 34.532	\$ 197.913,57
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Total					
Empleado	Total Devengado	Total Parafiscales	Total Seguridad social	Total Prestación	Total Sueldo
Tecnico 1	\$ 925.148	\$ 74.530,44	\$ 178.409,31	\$ 197.913,57	\$ 1.376.001,33
Tecnico 2	\$ 925.148	\$ 74.530,44	\$ 178.409,31	\$ 197.913,57	\$ 1.376.001,33
Consultores 1	\$ 925.148	\$ 74.530,44	\$ 178.409,31	\$ 197.913,57	\$ 1.376.001,33
Consultores 2	\$ 925.148	\$ 74.530,44	\$ 178.409,31	\$ 197.913,57	\$ 1.376.001,33
Consultores 3	\$ 925.148	\$ 74.530,44	\$ 178.409,31	\$ 197.913,57	\$ 1.376.001,33
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Total Nomina				\$ 6.880.006,63

Nota: Se realizó el cálculo a partir del salario mínimo mensual legal vigente del 2019 (Propio)

## 7.7. Fuente de ingresos

Nuestra fuente de ingreso será a través de:

Recursos propios de la prestación del servicio.

- Membresías: Pagos por suscripción
- Licenciamiento.
- Asesorías.

Inversionistas.

- Se contará con 1 Inversionista el cual invertirá 400.000.000 por el 35% de los ingresos operacionales.

Servicios Financieros.

- Se va adquirir el producto financiero Leasing con una tasa baja en el mejor banco del país para el uso de equipos involucrados en el desarrollo de sistemas operativos propios.
- Asimismo se pedirá un Préstamo-Crédito para el desarrollo de sistemas operativos propios.

## **8. Conclusiones**

El desarrollo sostenible en este incluye: Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural como un todo y sus valores tradicionales, contribuyendo al entendimiento y a la tolerancia intercultural. Desde luego, asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los interesados unos beneficios socioculturales bien distribuidos.

La sistematización de experiencias turísticas permitió que los actores se involucraran en procesos de aprendizaje colectivo y de generación de nuevos conocimientos a partir de su relación con el páramo, esta propuesta permite no solo tener una visión individual sino extendida a otras personas a partir del proceso de publicación de indicadores turísticos

Se plantea la propuesta de una plataforma turística llama Pocetá, la cual sistematizará las experiencias turísticas y brindara información e indicadores turísticos para la toma de decisiones por parte de los entes territoriales, administradores del destino y touroperadores. Todas estas acciones van direccionadas al mejoramiento y a la prevención del estancamiento de un destino.

## 9. Recomendaciones

De acuerdo con el nuevo Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo: El propósito que nos une” identifica en su diagnóstico de la primera línea estratégica *Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo*, la debilidad que Colombia tiene frente a otros países en completitud de los datos de turismo y viajes en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, posicionándolo en el puesto 95 entre 136 países.

Lo anterior respalda la pertinencia en el desarrollo de investigaciones que permitan brindar datos estadísticos e información actualizada de los destinos. Además, sería asertivo tener un trabajo articulado con CITUR y con los SITUR<sup>7</sup>s de cada departamento para tener una mayor fidelidad en los datos de cada una de las partes.

---

<sup>7</sup> SITUR: Sistema de Información Turística Regional

## Referencias

- Alcaldía de Mongui (2001), Acuerdo No. 20 Recuperado de <http://redturs.org/inicio/docu/colombia/municipios/colmun4.pdf>
- Botero, C., Hurtado, Y., González, J., Ojeda, M., & Díaz, L. (2008). Metodología de cálculo de la capacidad de carga turística como herramienta para la gestión ambiental. Y su aplicación en cinco playas del Caribe Norte Colombiano. *Gestión y ambiente*, 11(3), 17-23.
- Butler, R. (1980) The concept of tourism area cycle of evolution implications for management of resource *Canadian Geographer*.
- Brougère, G. (2015) « Le corps, vecteur de l'apprentissage touristique », In *Le Tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, edited by Jean-Michel Decroly, Montréal: Presses Universitaires du Québec,.
- Brown, S (1980) "Turismo autodestructivo y turismo trascendente: El eco desarrollo en la industria sin chimeneas" Universidad Anahuac , México.
- Casasola, L (2011) "Turismo y ambiente". editorial Trillas Turismo, México.
- Carballo, R. Moreno, S. León, C, Brent, J. (2012) "La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. un análisis de la investigación y necesidades de actuación" Universidad de Murcia, España.
- Citur (2019) Centro de Información Turística de Colombia. Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor en: [http://www.citur.gov.co/estadisticas/df\\_viajeros\\_ciudad\\_destino/all/2](http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2)
- Constitución Política de Colombia (1991). Artículo 79-80 [Titulo II] Recuperado [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991\\_pr002.html#79](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr002.html#79)
- Congreso de la Republica (23 de mayo de 2017). Por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja. Recuperado: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Congreso de la Republica (22 de diciembre de 1993). Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA

y se dictan otras disposiciones [Artículo 1] Recuperado  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0099\\_1993.html#1](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html#1)

Exposito, D, Gonzales, J (2017). Sistematización de experiencias como método de investigación. Universidad de Ciencias Medicas. Sancti Spíritus

Ghiso A. (2011) Sistematización. Un pensar el hacer, que se resiste a perder su autonomía. Fundación Universitaria Luis Amigó Medellín. Recuperado en: [http://www.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio\\_28/decisio28\\_saber1.pdf](http://www.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio_28/decisio28_saber1.pdf)

Hawking, J (2001) The Creative Economy: How People Make Money from Ideas United State, The Penguin Press.

Jara, O. (2015) La sistematización de experiencias produce un conocimiento crítico, dialógico y transformador. Recuperado en: <http://www.cepalforja.org/sistem/bvirtual/wp-content/uploads/2015/06/Entrevista-Oscar-Jara-Revista-Docencia.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (10 de julio de 2012). Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014) Plan sectorial de turismo “Turismo para la construcción de la paz”2014-2018. Recuperado de:  
[https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/POLITICAS\\_PUBLICAS\\_3.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_3.PDF)

Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (2019) Representatividad del Ecosistema de Páramo en Colombia Recuperado de:  
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/410-plantilla-bosques-biodiversidad-y-servicios-ecosistematicos-12>

Norma técnica sectorial-Turismo sostenible 001.01 (2006) Recuperado de:  
[https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_normatividad/2006/NTS\\_TS001\\_1.pdf](https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2006/NTS_TS001_1.pdf)

Rivera, M. (2013) “El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural”. In Relaciones interculturales en la diversidad. Cátedra Intercultural.

Organización de las Naciones Unidas (1987) Objetivos de desarrollo Recuperado de:  
[https://www.undp.org/content/undp/es/home/sdoverview/mdg\\_goals.html](https://www.undp.org/content/undp/es/home/sdoverview/mdg_goals.html)



Pombo, D. (1989). Perfil ambiental de Colombia. U.S. Agency for International Development, Fondo Colombiano de Investigaciones Científicas y Proyectos Especiales "Francisco José de Caldas" Colciencias, y Fondo FEN Colombia, Bogotá. 348 p.

Vergopoulos, H (2016). “ La experiencia turística: ¿una experiencia de los ámbitos de experiencia turística ? Recuperado de:. URL : <http://journals.openedition.org/viatourism/1357>

Unesco. (16 de noviembre 1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural Recuperado de: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13055&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Zambrano, F. (2007) “Turismo Alternativo: Servicios turístico diferenciados”. Editorial Trillas Turismo, México.