

Entrevistado: Yo creo que es más de actitud que capacitación, que la gente se anime a hacer ese tipo de actividades.

Entrevistador: ¿Por qué cree que en la actualidad el municipio no ha tenido un desarrollo turístico?

Entrevistado: Yo creo que en parte es culpa de las autoridades, de todas las autoridades que puedan interferir en el desarrollo turístico, es decir, también soy miembro del concejo cultural municipal, y con decepción tengo que decir que es casi que una función de nuestro alcalde asistir a las reuniones del concejo y nunca lo ha hecho, entonces con el solo hecho de que el no haga eso, pues uno piensa que no hay un apoyo o un interés, tal vez él no se ha enfocado tanto por ese lado, se ha enfocado más en un campo más industrializado. Los lagos es un sitio potencialmente turístico, aquí hay gente que conoce Togüi por los lagos, o hay gente que conoce los lagos, pero no conoce Togüi, la gente que llega acá los fines de semana es impresionante, pero ya está más enfocado en apoyar a esa industria que realmente al municipio porque hay es un particular que se está beneficiando con ese tipo de cosas, obviamente él se lo gana porque él fue el de la idea emprendedora, pero ese no es el turismo Togüiseño, debería ser un turismo más incluyente con el municipio.

Entrevistador: ¿Cómo han participado las entidades municipales para que el turismo se desarrolle?

Entrevistado: Esa es la cuestión, que uno no ve interés de las autoridades, pues hay algún apoyo como tal, porque la asociación no estaría con su sede si no fuera por el municipio, pero es complicado, porque es un sistema donde nos dan algo que no beneficia todavía al municipio, tenemos una sede donde atender la gente, pero nosotros primero debemos es buscar la gente, entonces tal vez nosotros no estamos capacitados en manejar redes sociales o manejar algún otro medio que nos ayude a atraer el turista, como alguna promoción turística que traiga a la gente al municipio.

Entrevistador: ¿Tiene el municipio contemplado el turismo en el plan de desarrollo?

Entrevistado: Sí, influimos un poco en algunas reuniones que realizaron con respecto al plan de desarrollo, se contempla dentro del campo cultural más que todo, se maneja, pero de una forma

más generalizada, una forma que también puede ser aprovechada, es decir, se creó para beneficiar a particulares, entonces eso es lo malo.

Entrevistador: ¿Existen programas orientados al desarrollo turístico?

Entrevistado: No conozco, tal vez he escuchado por la parte municipal que el alcalde apoya mucho los proyectos de toda índole, pero él a veces dice que nadie le trae un proyecto para que él lo ponga en consideración, pero yo personalmente creo que es una metodología para salir del paso.

Entrevistador: ¿Hay una oficina o secretaría de turismo en el municipio?

Entrevistado: Gracias a la alcaldía si hay una oficina, pero la cuestión de la oficina es que no tiene un funcionamiento ideal, es la misma asociación ATAPATO (Asociación Turística y Artesanal Paraíso Toguienseño), esa asociación es un local de la alcaldía, paso por apoyo del SENA comenzó como unidad productiva, después pasamos a ser asociación sin ánimo de lucro, pues estamos como en apenas la documentación, pero ahorita el funcionamiento es que el campesino lleve sus artesanías, lleve lo que hace y pues la asociación como una parte mínima de eso, pero el comercio es difícil porque el comercio no es para el Toguienseño, es para el turista, y la persona que se está ahí pues pierde su tiempo y deja de producir algo, y los que pertenecemos ahí pues no tenemos ninguna rentabilidad, le estar ahí ya significa es un gasto porque pues uno deja de trabajar por estar ahí, entonces es muy difícil que se encuentre abierta.

Entrevistador: Muchas gracias por colaborarnos con su tiempo y con la información brindada.

Entrevista 3 – Candidato al concejo municipal

Entrevistador: Esta entrevista servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis de estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de la Universitaria Agustiniense de la ciudad de Bogotá. La información aquí recolectada tiene un propósito exclusivamente académico y por ningún motivo será entregado a fuentes distintas que puedan hacer mal uso de ella.

Favor antes de comenzar mencione su nombre y a que se dedica; posteriormente responda a la entrevista de forma concreta y veraz

Entrevistado: Mi nombre es Fredy Malagón actualmente soy candidato al consejo, soy administrador de empresas y pues soy agricultor.

Entrevistador: Teniendo en cuenta que el municipio de Togüi cuenta con una serie de recursos turísticos como lo es la Chorrera, La humeadora, Pozo verde entre otros, vamos a formular una serie de preguntas para conocer su percepción frente a la apuesta de un desarrollo turístico en el municipio. ¿Qué piensa usted acerca del desarrollo turístico para el municipio de Togüi?

Entrevistado: Pienso que, si se llegase a ver el desarrollo turístico para el potencial que tiene Togüi, generaría empleo, generaría inversión, generaría desarrollo y progreso, actualmente falta mucho por aprovechar, se puede hacer que el turismo crezca y que se desarrollen todas las actividades.

Entrevistador: ¿Por qué cree que en la actualidad el municipio no ha tenido un desarrollo turístico?

Entrevistado: Pues creo yo que lamentablemente no han visto los administradores o el gobierno local el potencial o simplemente no sabe cómo aprovechar ese potencial que tiene el municipio.

Entrevistador: ¿Cómo han participado las entidades municipales para que el turismo se desarrolle?

Entrevistado: Pues actualmente no creo que estén participando mucho, porque no hemos visto el crecimiento en el turismo, ojalá el próximo gobierno local que quede lo implemente en el plan de gobierno.

Entrevistador: ¿Cómo observa la inversión económica en materia de turismo?

Entrevistado: Creo que estamos atrasados porque no se ve, el turismo que se ve no está organizado., sino simplemente va llegando por iniciativa propia de los mismos turistas, pero algo organizado un plan que este organizado, no se encuentra.

Entrevistador: ¿Tiene el municipio contemplado el turismo en el plan de desarrollo?

Entrevistado: En cuanto al gobierno actual si lo tiene en su programa de gobierno no sabría decirlo, pero sí debemos exigir que, para los próximos gobiernos, simplemente para que se pueda aprovechar el turismo o todos los lugares turísticos que tenemos en el municipio, se haga un programa que se encuentre implementado el turismo.

Entrevistador: ¿Existen programas orientados al desarrollo turístico?

Entrevistado: Que yo sepa en los actuales gobiernos no, pero lo que le digo en el futuro gobierno se debe exigir porque se debe ver como generador de empleo, generador de inversión.

Entrevistador: ¿Hay una oficina o secretaría de turismo en el municipio?

Entrevistado: No que yo sepa nada no la conozco.

Entrevistador: Muchas gracias por colaborarnos con su tiempo y con la información brindada.

Análisis entrevistas.

Dentro de las entrevistas realizadas durante la investigación se tomaron en cuenta dos enfoques, el primero es referente al desarrollo turístico actual que se encuentra en el municipio, y el segundo se enfoca en la proyección turística futura del municipio.

En cuanto al primer enfoque se realizaron dos entrevistas en las que se encontraron puntos de vista distintos, ya que uno de ellos es el coordinador de deportes, cultura y turismo, el cual habla desde la perspectiva de la administración actual donde defiende la posición de que el turismo en el municipio se encuentra más enfocado en la cultura, mas no como un enfoque aparte, además menciona que dentro del plan de gobierno actual no se encuentra directamente incluido el turismo por lo tanto no hay un presupuesto direccionado para esta actividad, por ende han desarrollado capacitaciones, dotación de instrumentos musicales, promoción cultural fuera del municipio con el grupo de danzas y el fomento de festividades; sin embargo hace referente a que en varias oportunidades el municipio ha intentado crear actividades turísticas (cuatrimotos, carrera de neumáticos en el rio, caminatas), pero no han tenido éxito debido al poco presupuesto y a la ignorancia de cómo desarrollar este tipo de actividades, pues se incurrieron errores en el equipamiento de seguridad adecuada en el desarrollo de dichas actividades. Por otra parte, la reglamentación que se tiene por la gobernación de Boyacá se ha visto limitada debido a que algunas normas no permiten la intervención a ciertos recursos naturales ya que se deben respetar los espacios entre las riveras del rio y la conservación de la naturaleza; también aclara que si ellos quisieran realizar un proyecto referente a la infraestructura turística en cuanto a hoteles que superen cierta altitud no podrían ser realizadas por la normatividad dada por la gobernación. Respecto al segundo punto de vista encontrado en este enfoque se evidencio que la postura es totalmente diferente, ya que la información recolectada en la segunda entrevista fue dada por el presidente de

la asociación turística y artesanal paraíso togüiseño (ATAPATO), el cual se encuentra directamente relacionado con el turismo y dio una perspectiva diferente a la obtenida con el coordinador de deportes, cultura y turismo del municipio, mencionando que el municipio no ha tenido gran intervención frente al desarrollo de la actividad turística, y no ha prestado atención a la potencialidad y vocación turística que se presenta en el destino; a pesar de la oficina ofrecida por la alcaldía, se comenta que no ha brindado el apoyo óptimo para el buen funcionamiento de esta, ya que se está utilizando para otro fin, el cual es la promoción de las artesanías realizadas por los campesinos y la venta de las mismas hacia el turista, pero debido al poco flujo de turistas que se evidencia en el municipio no se ha podido llevar a cabo dicho fin, y la apertura de esta oficina estaría causando más pérdidas que ganancias para la comunidad local. Otro de los aspectos observados en la entrevista es que el objetivo y la orientación a la que se direcciona el turismo por parte de la alcaldía y por parte de la asociación son diferentes, puesto que la alcaldía le apunta a un turismo cultural y la asociación pretende orientar hacia el aprovechamiento de la riqueza gastronómica del municipio, en concordancia con esto, se debería proponer una diversificación turística en donde cada uno de estos puntos pueda ser desarrollado.

El segundo enfoque el cual está dirigido a la proyección turística deseada por los nuevos gobernadores del municipio, se tuvo en cuenta a uno de los candidatos al concejo, el cual habla sobre las propuestas turísticas que tiene planteadas en el programa de gobierno del alcalde al cual se encuentra vinculado y lo menciona no solamente como un campo cultural sino como un enfoque turístico más amplio, donde sean utilizados todos los recursos turísticos con los que cuenta el municipio y la adecuación de estos lugares para su aprovechamiento.

Encuestas.

Formato de encuesta.

Teniendo en cuenta que para que haya desarrollo turístico en un lugar es clave la presencia de turistas y las intenciones que tuvo este para visitarlo, junto con otros elementos principales que permiten perfilar la investigación, para esto se realizara el tamaño de muestra y el formato de encuesta que se encontraran a continuación:

Tamaño de la muestra

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{Z^2 * p (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{Z^2 * p (1 - p)}{e^2 n}\right)}$$

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{1.65^2 * 0.90 (1 - 0.90)}{0.13^2}}{1 + \left(\frac{1.65^2 * 0.90 (1 - 0.90)}{0.13^2 * 100}\right)}$$

$$\text{Tamaño de la muestra} = 29$$

Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas que visitan el municipio de Togüi (Boyacá)

Este cuestionario servirá para la recolección de datos para la realización de una investigación de tesis en el programa de hotelería y turismo de la universitaria Agustiniiana de la ciudad de Bogotá D.C. La información aquí recolectada tiene un propósito exclusivamente académico y por ningún motivo será entregado a fuentes distintas que puedan hacer mal uso de ella.

Marque con una X la opción que crea pertinente según su criterio.

Lugar de procedencia: _____

Género: F M

- | | |
|---|---|
| <p>1. ¿Cuál es el rango de edad en el que se encuentra?</p> <p>a) 18-25</p> <p>b) 26-30</p> <p>c) 31-35</p> <p>d) 36 o más</p> | <p>d) Pareja</p> |
| <p>2. ¿Con que personas viaja?</p> <p>a) Familia</p> <p>b) Amigos</p> <p>c) Solo</p> | <p>3. ¿Cuál es la razón de su visita al municipio de Togüi?:</p> <p>a) Trabajo</p> <p>b) Turismo</p> <p>c) Visita familiar</p> <p>d) De paso</p> |

4. Si su respuesta anterior fue “Turismo”, ¿Qué recurso turístico lo motivo?
- a) Recursos turísticos naturales
 - b) Recursos turísticos culturales
 - c) Oferta gastronómica
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
5. ¿Por cuál medio conoció el destino?
- a) Familia
 - b) Amigos
 - c) Publicidad en internet
 - d) Agencia de viajes
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
6. ¿En qué tipo de alojamiento se va a hospedar?
- a) Hostal
 - b) Casa de familia
 - c) Zona de camping
 - d) Hotel
 - 10. Cómo encuentra la cabecera municipal en cuanto al estado de las vías, aseo y seguridad:
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
7. ¿En qué temporada del año viaja?
- a) Temporada de fin de año
 - b) Temporada de ferias y fiestas
 - c) Temporada de cumpleaños del municipio
 - d) Otra _____
 - 11. ¿Encontró usted información turística en un punto específico del municipio?
 - a) Si
 - b) No
8. ¿Cómo encuentra la oferta turística del municipio?
- a) Excelente
 - b) Propio
 - c) Bus
 - c) Camperos
12. ¿Por cuál medio de transporte llego usted al municipio?
- a) Propio
 - b) Bus
 - c) Camperos

d) Moto-taxi

13. ¿Visitaría nuevamente el municipio?

a) Si

b) No

**Muchas gracias por su amable
colaboración.**

Análisis de encuestas.

Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas que visitan el municipio de Togüi (Boyacá)

Lugar de procedencia:

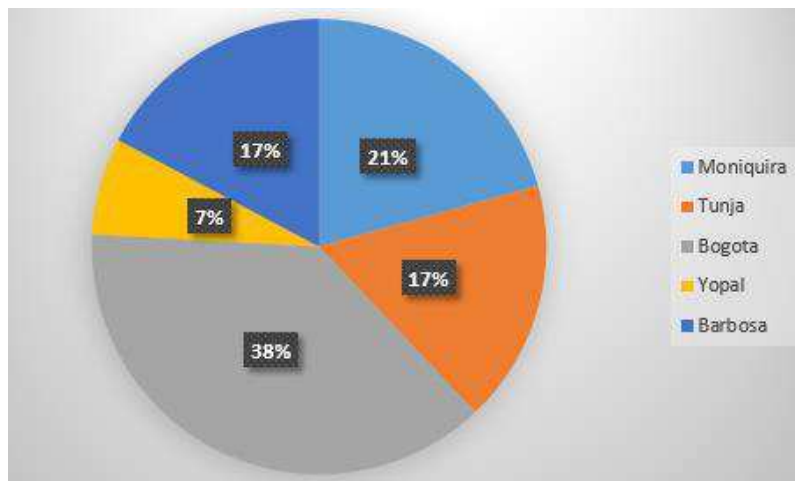


Figura 14. Grafico 7. Nova y Rivera (2019).

A pesar que la fecha en que fueron aplicadas las encuestas (19 de septiembre de 2019), no hay ningún evento convocante para el turista, se evidencio que en un 38% los visitantes fueron de Bogotá, seguidos de Tunja y Moniquira, ciudades cercanas al municipio. Por ultimo hay visitas también de zonas como Yopal y Barbosa, lo cual se podría deducir que el municipio es atractivo para el turista.

Género: F M

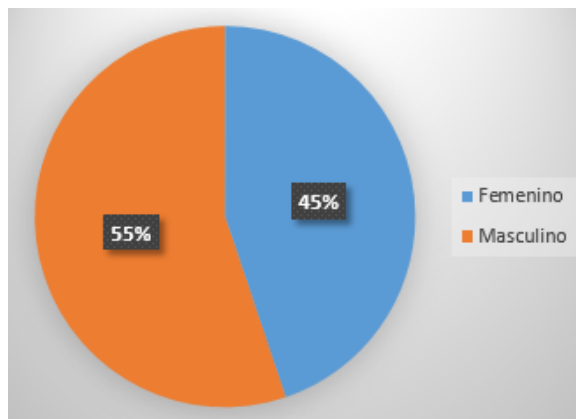


Figura 15. Grafico 8. Nova y Rivera (2019).

El 55% del total de las personas encuestadas son mujeres y el restante son hombres, lo cual da una perspectiva del tipo de turista que visita el municipio.

No existe gran diferencia del género que más visita el destino, sin embargo, el género masculino es quien tiene presencia en el destino según los entrevistados.

1) ¿Cuál es el rango de edad en el que se encuentra?

- a) 18-25
- b) 26-30
- c) 31-35
- d) 36 o más

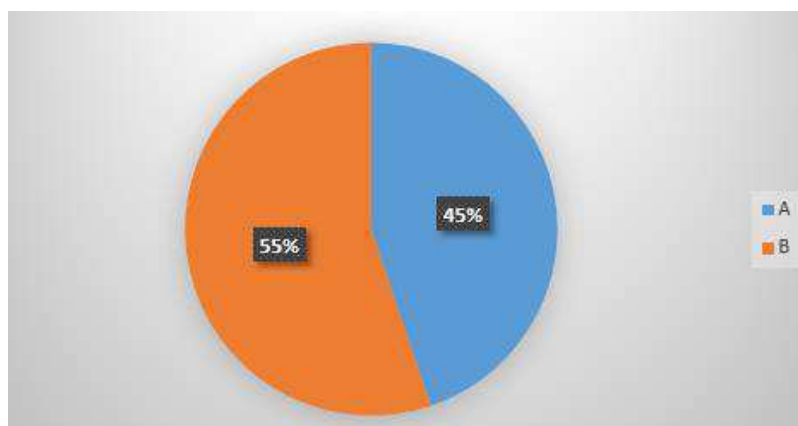


Figura 16. Grafico 9. Nova y Rivera (2019).

2) ¿Con que personas viaja?

- a) Familia
- b) Amigos
- c) Solo
- d) Pareja

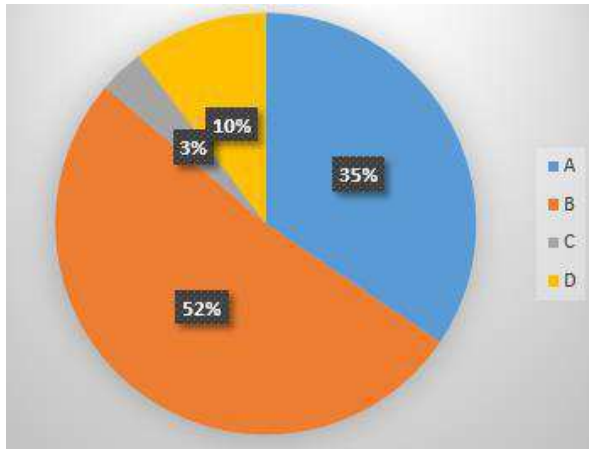


Figura 17. Grafico 10. Nova y Rivera (2019).

El resultado brinda un poco más de claridad del perfil del turista en cuanto a con quien viaja, y en gran parte lo hace con amigos representado en un 52% del total de los encuestados y muy pocas veces lo hace solo representado en un 3% del total de los encuestados, sin embargo, también hay presencia de turistas que lo hace con su pareja y familia.

3) ¿Cuál es la razón de su visita al municipio de Togüi?:

- a) Trabajo
- b) Turismo
- c) Visita familiar
- d) De paso

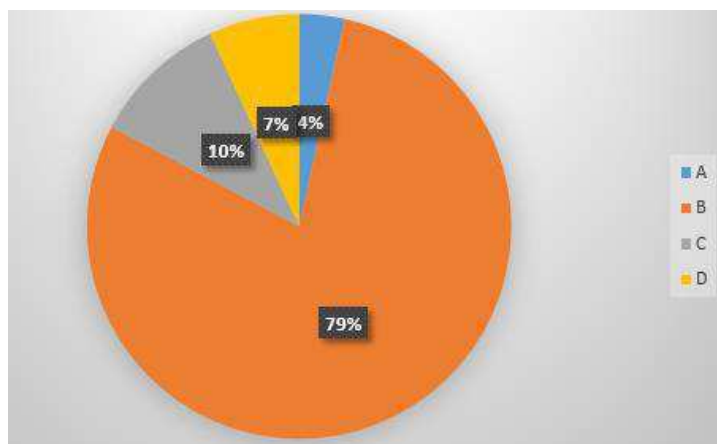


Figura 18. Grafico 11. Nova y Rivera (2019).

Dentro del desarrollo de las encuestas se determina claramente que la intención de los visitantes al llegar al municipio es hacer turismo, pues representa el 79% del total de los encuestados, sin embargo no se puede ignorar que hubo visitantes que fueron por visitas a familiar, de trabajo o simplemente de paso.

4) Si su respuesta anterior fue “Turismo”, ¿Qué recurso turístico lo motivo?

- a) Recursos turísticos naturales
- b) Recursos turísticos culturales
- c) Oferta gastronómica

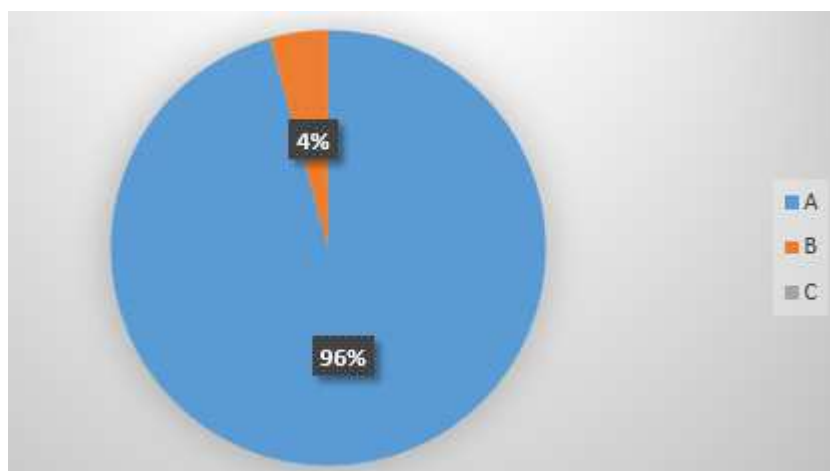


Figura 19. Grafico 12. Nova y Rivera (2019).

Dado que en gran parte de los encuestados están por turismo, se determinó que los incentiva a visitar el municipio, y son los recursos naturales, representado en el 96% de las personas que respondieron que su motivo era turismo. Sin embargo, sobresale también lo que son los recursos culturales que posee el destino.

5) ¿Por cuál medio conoció el destino?

- a) Familia
- b) Amigos
- c) Publicidad en internet
- d) Agencia de viajes

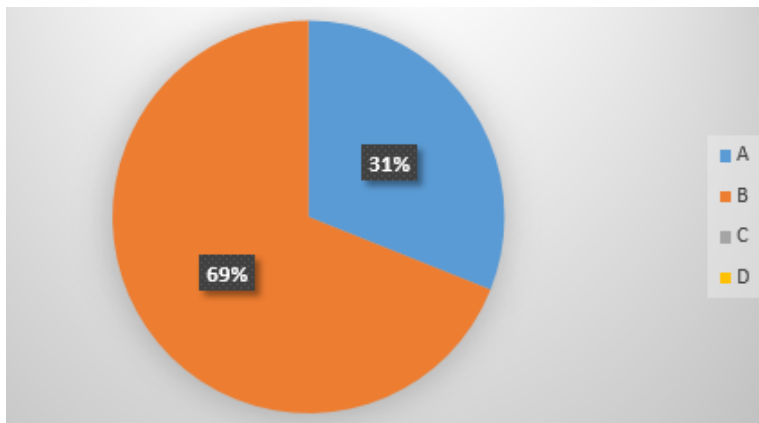


Figura 20. Grafico 13. Nova y Rivera (2019).

Se descarta totalmente que el destino haya sido conocido por medio de publicidad por internet o por agencias de viajes, lo cual se concluye que no existe una promoción oportuna y efectiva para que el destino sea conocido por un público diferente a familia y al voz a voz de los amigos, como lo representan los resultados de la encuesta donde el 69% de los turistas conocieron el destino por amigos y lo sigue sus familiares que residen allí.

6) ¿En qué tipo de alojamiento se va a hospedar?

- a) Hostal
- b) Casa de familia
- c) Zona de camping

d) Hotel

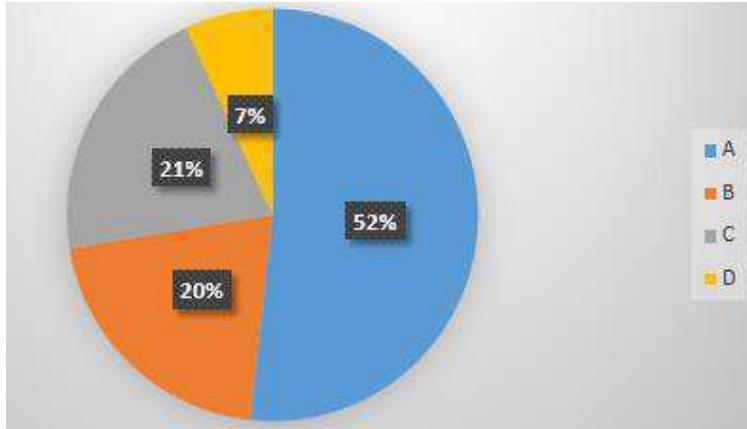


Figura 21. Grafico 14. Nova y Rivera (2019).

Según los turistas encuestados, el 52% de ellos hace uso de los prestadores de servicios, como lo son los hostales, seguido de las zonas de camping representado en el 21% del total de los encuestados y el alojarse en casa de familia en un 20 %.

7) ¿En qué temporada del año viaja?

- a) Temporada de fin de año
- b) Temporada de ferias y fiestas
- c) Temporada de cumpleaños del municipio
- d) Otra _____

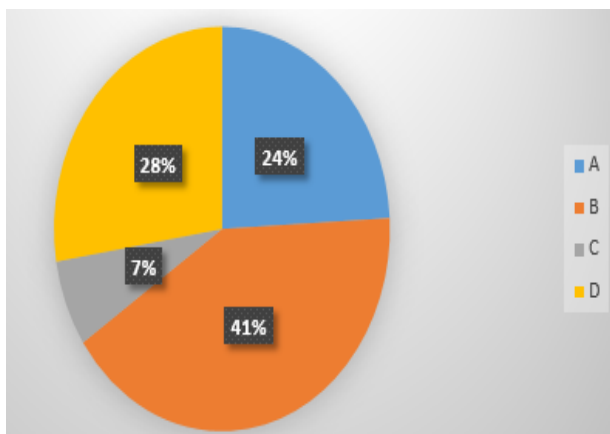


Figura 22. Grafico 15. Nova y Rivera (2019).

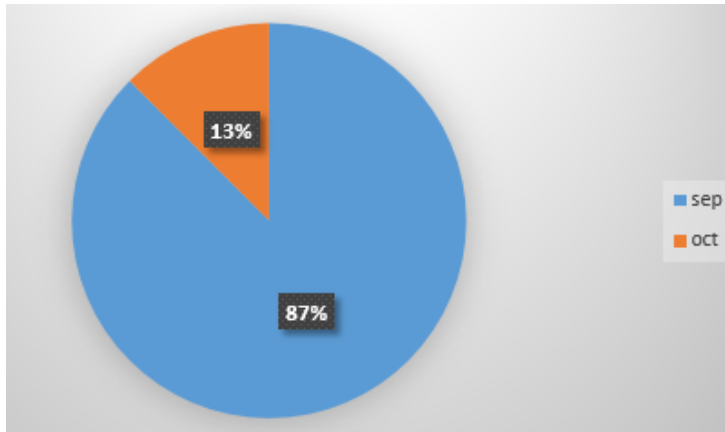


Figura 23. Grafico 16. Nova y Rivera (2019).

La temporada en la que más visitan el municipio, según la población encuestada es en la temporada de fin de año, debido a los eventos culturales que se presentan por parte del municipio. Sin embargo, hay turistas que visitan el municipio en otras temporadas del año, lo cual es bueno pues no es un turismo del todo estacional.

8) ¿Cómo encuentra la oferta turística del municipio?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

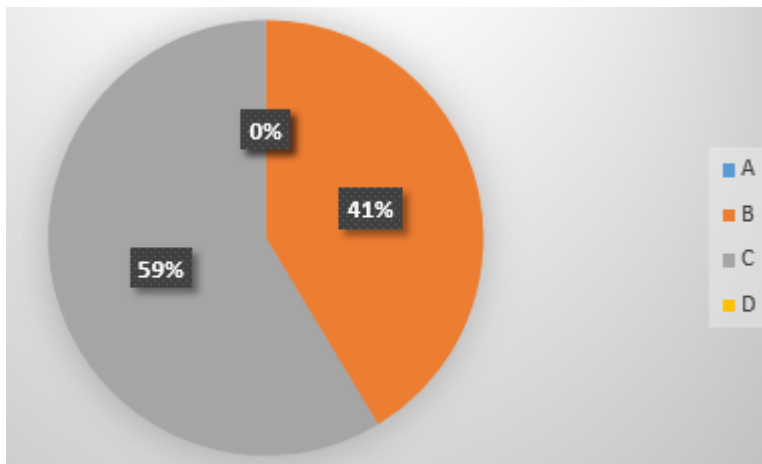


Figura 24. Grafico 17. Nova y Rivera (2019).

Debido a que el municipio no tiene dentro de su desarrollo contemplado el turismo no cuenta con gran oferta de esta, y se evidencia en el resultado de las encuestas, pues el 59% de los encuestados definen como regular la oferta turística del municipio.

9) Qué percepción tiene respecto a la atención y el servicio en el municipio:

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

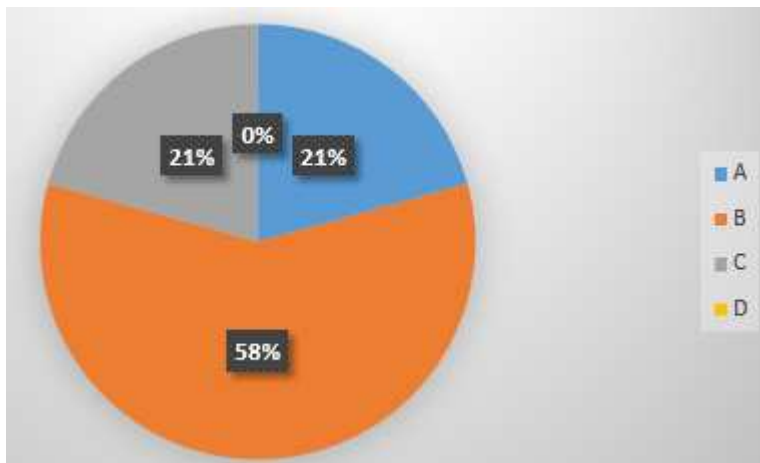


Figura 25. Grafico 18. Nova y Rivera (2019).

Se establece que la atención y el servicio por parte de los Tógüiseños es buena según la experiencia de los turistas encuestados, representado el 58% de ellos, sin embargo, es calificado en excelente lo cual se evidencia la vocación de servicio por parte de los prestadores de servicios del municipio.

10) Cómo encuentra la cabecera municipal en cuanto al estado de las vías, aseo y seguridad:

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

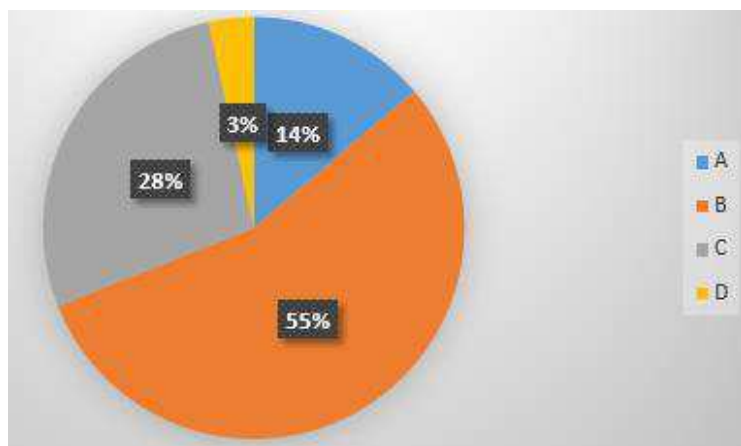


Figura 26. Grafico 19. Nova y Rivera (2019).

Según la percepción de los turistas encuestados, el 55% de ellos, creen que el estado de vías, la seguridad y el aseo es bueno, según a la experiencia que tuvieron en el municipio, lo cual permite evidenciar la satisfacción por parte de ellos al visitar el destino; sin embargo un porcentaje relativamente alto, menciona que es malo, por lo tanto se debe prestar más atención y crear estrategias para mejorar de forma íntegra la perspectiva del turista hacia el municipio.

11) ¿Encontró usted información turística en un punto específico del municipio?

- a) Si
- b) No

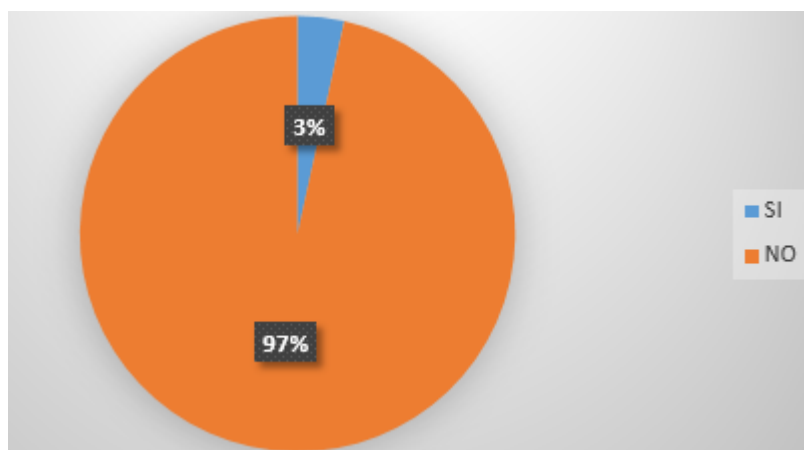


Figura 27. Grafico 20. Nova y Rivera (2019).

Se marca claramente que el destino no posee la suficiente promoción turística, por no decir que es nula, pues el 97% de los encuestados menciona que no encontró información turística de algún

punto específico del municipio, lo cual conlleva que el destino no sea conocido y haya poco flujo de turistas.

12) ¿Por cuál medio de transporte llegó usted al municipio?

- a) Propio
- b) Bus
- c) Camperos
- d) Moto-taxi

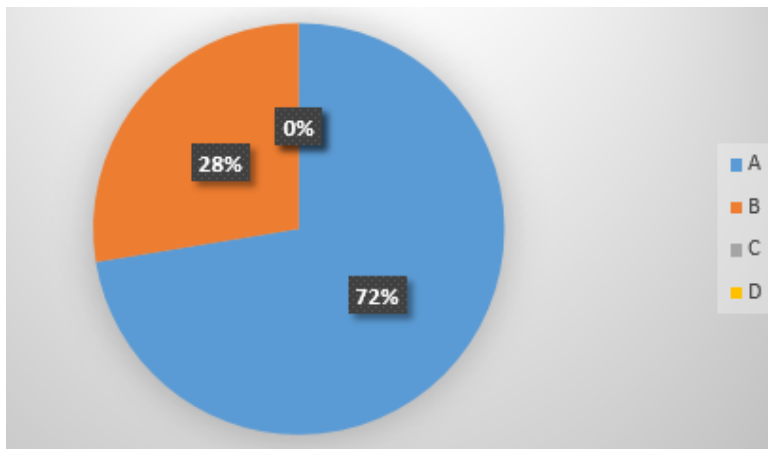


Figura 28. Grafico 21. Nova y Rivera (2019).

Según los turistas encuestados, un 72% de ellos visita el municipio con transporte propio, sin embargo, el 28 % restante lo hace con el transporte intermunicipal. Según comentarios dentro de la encuesta, el transporte de moto taxi lo hacen si desean ir a alguna vereda cercana al municipio y no cuentan con transporte propio o porque simplemente no quieren llevar sus carros a esos lugares.

13) ¿Visitaría nuevamente el municipio?

- a) Si
- b) No

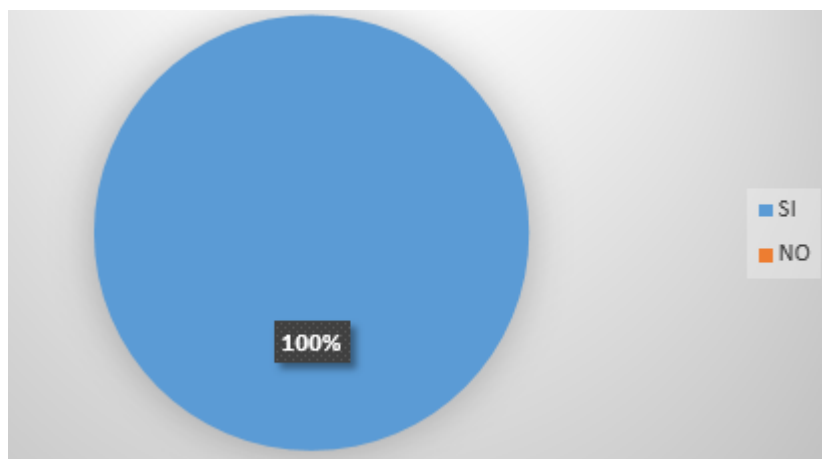


Figura 29. Grafico 22. Nova y Rivera (2019).

Se nota una clara satisfacción por los turistas, deseando volver al municipio y se encuentra representando en el 100% de las personas encuestadas, lo que concluye que la experiencia que tubo cada uno cumplió con sus expectativas.

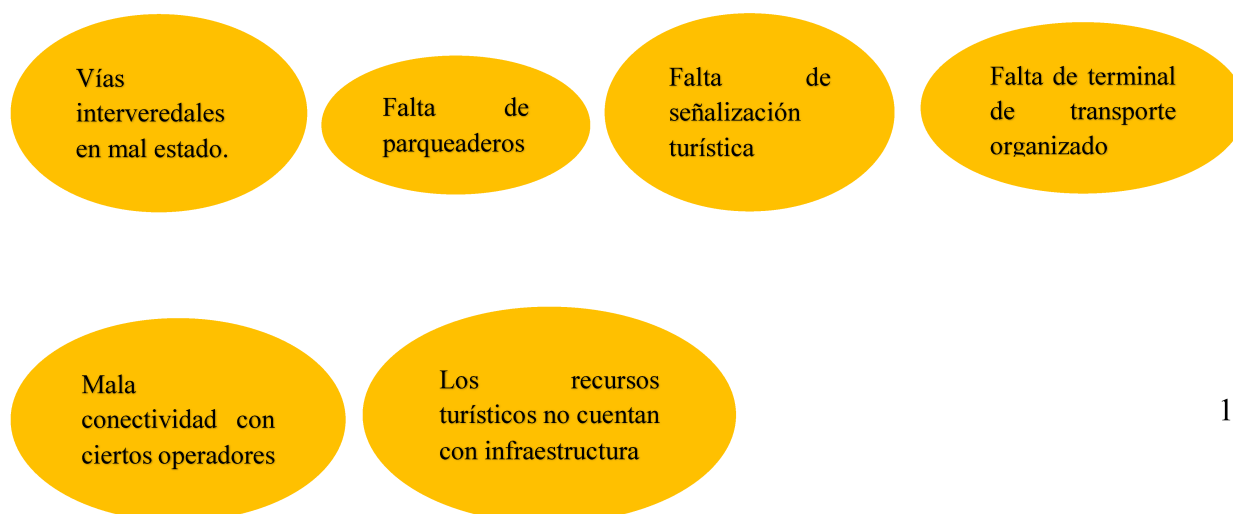
Árbol de problemas.

Al realizar esta actividad se busca identificar los problemas presentes en el municipio que estén afectando las formulaciones de proyectos y que no permitan el desarrollo deseado de la industria turística; por lo mismo los autores principales para la construcción de este árbol de problemas son los mismos habitantes del municipio. Después de haber realizado el ejercicio de campo se rescatan todos los problemas que la comunidad menciona para la construcción del presente árbol, sin embargo, también toda esta información recolectada sustentara las estrategias para la construcción del plan acción del municipio.



A continuación, se mostrarán los problemas de acuerdo a la clasificación que pertenezca:

Infraestructura



Superestructura

Falta de un norte para el turismo

Falta de presupuestos para inversión turística.

Mal uso de infraestructura pública.

Ambiental

Explotación de minería ilegal.

Falta de cuidado a los espacios naturales.

Social

Falta de seguridad para los visitantes

Falta de personas bilingüe.

Falta de inclusión de la comunidad local.

Corrupción.

No hay existencia de actividades de recreación para los visitantes.

Falta de incentivos a la comunidad.

Económico

No hay existencia de casa de cambios.

La existencia de bancos es mínima.

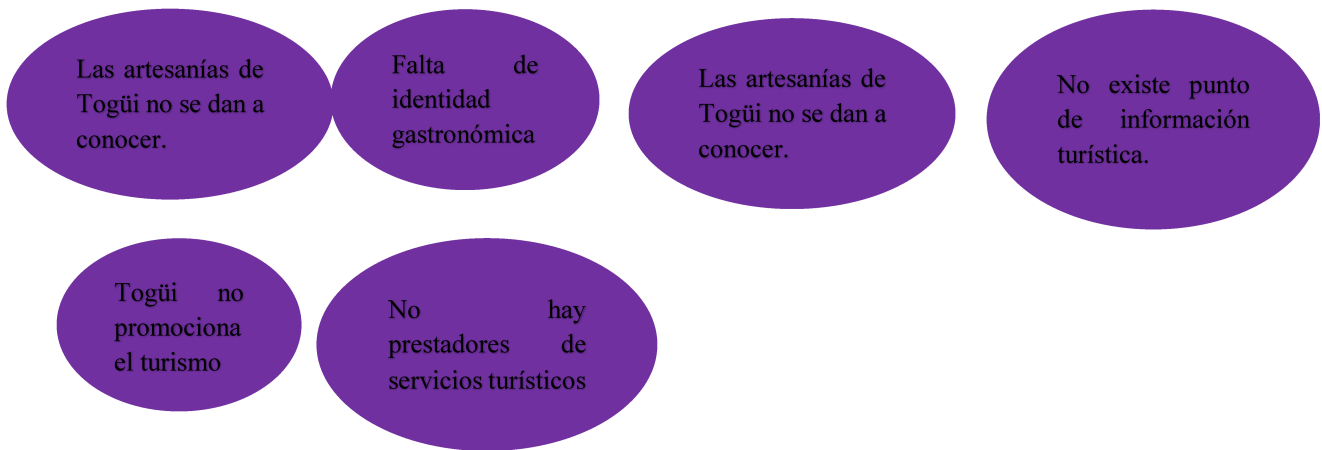
Priorización de turismo

Escasa oferta de alojamiento.

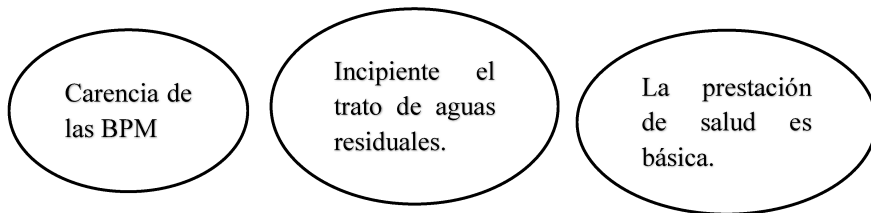
No hay una motivación para la prestación de servicios turísticos.

No se promueve la práctica de turismo de naturaleza

Falta de planeación en la actividad turística.



Salud e higiene



En relación con la opinión dada por la comunidad togüiseña durante las conversaciones con diferentes residentes del municipio, se demarcaron problemáticas generales que afectan directamente al desarrollo turístico; entre estas se identifican problemas de infraestructura, de capacitación para el turismo, salud, responsabilidad con el ambiente, etc. Todos estos problemas que se identificaron durante el ejercicio de trabajo de campo permitirá direccionar la construcción de un análisis FODA.

Matriz FODA.

Para el análisis de los datos obtenidos de los anteriores instrumentos se tomó en cuenta una de las herramientas más importantes para el análisis de datos, y que es permitente para la investigación, la cual corresponde a la matriz FODA en donde se utilizó el siguiente formato, diseñado por los investigadores que están desarrollando el presente proyecto.

Tabla 4.

Análisis FODA

FODA	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con recursos turísticos para la realización de turismo de naturaleza. - Su economía se basa en la agricultura enfocándose en el sistema productivo del cultivo de la caña panelera. - Variedad gastronómica. - Cuenta con gran riqueza cultural. - Vocación de servicio. - Accesibilidad vial al municipio. - Cuenta con transporte público óptimo para la llegada y salida de visitantes. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyo turístico por parte del gobierno colombiano. - Posibilidad de diversificación de actividades económicas. - Surgimiento de programas de capacitación por parte de instituciones públicas como el SENA. - Implementación de las TICs en procedimientos turísticos. - Existe normatividad que rige la prestación de servicios turísticos de naturaleza. - Reconocimiento de marca país a nivel mundial.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca oferta de infraestructura hotelera y restauración. - No existe una infraestructura adecuada para los recursos turísticos. - Poca promoción turística del municipio. - No existe punto de información turística. - Falta de incentivos y apoyo a nivel local. - Carencia de recurso humano formado para el apoyo del desarrollo turístico. - No hay aprovechamiento turístico en cuanto a los recursos que se tienen en el municipio. - No hay presencia de operadores turísticos en el municipio. - Es incipiente el trato de aguas residuales. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia de explotación minera ilegal. - Posibilidad de impactos ambientales sobre los recursos naturales actuales. - Competidores en los municipios cercanos con el turismo de naturaleza- - Falta de presupuestos para la infraestructura turística y la accesibilidad. - Reaparición de grupos armados. (Guerrilla, paramilitares, etc.) - Inestabilidad de la situación política actual y la evolución económica. - Fluctuación constante del dólar.

<ul style="list-style-type: none"> - Vías interveredales en mal estado. - Falta de capacitación a la comunidad local en hoteles y restaurantes. - No hay actividades de recreación para los visitantes. - Prestación de servicio de salud básico. - La existencia de entidades financieras es mínima. - No hay una orientación turística. - Falta de señalización turística pertinente. - No hay aprovechamiento de artesanías producidas en el municipio. - Falta de conectividad. 	
--	--

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Para el desarrollo de la investigación es importante el identificar esos factores que no permiten que el desarrollo turístico del municipio se materialice. Los datos que se evidenciaron en el presente capítulo dieron una orientación más acertada para el planteamiento de unas estrategias que se presentaran más adelante en la investigación, y que se fundamenta expresamente en el cuadro de análisis FODA.

Sin embargo, cabe resaltar que lo presentado en este capítulo no es el 100% de las debilidades y las problemáticas que presenta el municipio y que afectan directamente al desarrollo turístico del municipio como al deterioro de ciertos espacios naturales. Entre estos es la presencia de presuntos grupos al margen de la ley; que por cuestión de falta de documentación y de cuidado integro a los investigadores no se pudo obtener la suficiente información, y por lo mismo no se documentó en el presente capítulo

Capítulo III

Proponer un plan de acción a partir de las potencialidades y limitaciones turísticas en el municipio de Togüi Boyacá.

Introducción

Para el desarrollo de este capítulo se tiene en cuenta toda la investigación expuesta en este documento, pues se plantea un plan de acción que servirá para apoyo al desarrollo turístico del municipio de Togüi - Boyacá.

Para comenzar, cabe resaltar que la herramienta del FODA no es hacer un análisis del todo completo, sino un análisis que sea practico para establecer estrategias que ayuden a conseguir el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Para realización de estas estrategias se debe comenzar con una comparación de las fortalezas y las amenazas, permitiendo así crear una serie de estrategias defensivas, donde el objetivo de esto es proteger el proyecto de posibles amenazas usando las fortalezas del mismo; para realizar estas estrategias se debe realizar combinaciones con cada amenaza y con cada fortaleza. También se deben hacer unas estrategias ofensivas que es la combinación de fortalezas y oportunidades, buscando así el máximo beneficio de las oportunidades, mediante el uso de las fortalezas que tiene el proyecto. La realización de estrategias de reorientación se debe elaborar teniendo en cuenta las debilidades y las oportunidades del proyecto, pues se pretende corregir alguna debilidad o carencia mediante el aprovechamiento de una oportunidad, dando así una reorientación interna de la situación. Otra de las estrategias que se deben plantear con ayuda del FODA son las de supervivencia que es la comparación de las debilidades y las amenazas, donde el objetivo es resistir a los posibles efectos adversos de las amenazas de la mejor forma posible para minimizar daños.

El plan de acción es un instrumento que articula estratégicamente las acciones de la entidad a su misión y objetivos sectoriales, de acuerdo con las prioridades fijadas en el plan de desarrollo, permitiendo la identificación sistemática de los objetivos institucionales, metas, indicadores, actividades y recursos específicos que las dependencias y entidades tienen como compromiso adelantar y ejecutar para el logro de los objetivos del sector en una vigencia determinada. Alcaldía municipal de Santiago de tolú. (2018.)

Actividades

Plan de acción.

1. Estrategias.

- Implementación de la normatividad para el desarrollo de la actividad turística.
- Capacitaciones para fortalecer el servicio al cliente.
- Diseño de áreas de hospedaje que estén en armonía con el turismo de naturaleza.
- Promocionar el municipio a partir de la implementación de las Tics.
- Capacitaciones a la comunidad local en cuanto a turismo.
- Desarrollo de las vías de acceso a los recursos naturales.
- Inclusión local para el desarrollo en las actividades turísticas del destino.
- Capacitaciones para la creación de hoteles y restaurantes.
- Implementación de la señalización pertinente para el acceso a los recursos turísticos naturales.
- Realizar la promoción turística para aumentar la entrada de turistas, a través de la presencia del municipio en los diferentes eventos turísticos del país.
- Aprovechamiento de la agricultura de caña panelera para la creación de rutas turísticas.
- Potencializar la riqueza gastronómica por medio de ferias donde su núcleo principal sea la muestra de platos típicos del municipio.
- Ubicación de un punto de información turística donde se pueda orientar a los visitantes.
- Solicitud de recursos para el trato de aguas residuales.
- Propiciar campañas para el cuidado de recursos naturales del municipio.

Estrategia del plan de acción.

Tabla 5.

Estrategias del plan de acción.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Implementación de la normatividad para el desarrollo de la actividad turística.	Revisar las normas aplicadas actualmente en el municipio.	Aplicar normatividad pertinente para las actividades turísticas realizadas en el municipio.	Controlar que el cumplimiento de las normas se esté realizando adecuadamente.	Implementar la normatividad pertinente a la orientación turística del municipio.	Realizar jornadas de capacitación de la normatividad turística competente para el municipio	Se realizará en termino máximo de 2.	Número de empresas que cuentan con la formalización de la normatividad.	Refrigerios de capacitación para 20 personas por cuatro sesiones: \$320.000	Alcaldía municipal/secretaría turística/SENA
					Supervisar el cumplimiento de la normatividad en prestadores y actividades turísticas.	Se tendrá una supervisión mensual después de implementación de la norma			
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable

Capacitaciones para fortalecer el servicio al cliente.	Solicitar apoyo por el SENA para la capacitación de servicio a la comunidad local.			Fortalecer el servicio al cliente de la comunidad local.	Solicitar el cronograma de actividades por parte del SENA para tener seguimiento de las formaciones hacia la comunidad local.	Las acciones serán realizadas en un tiempo máximo de 6 meses.	Número de personas capacitadas.	Refrigerios de capacitación para 20 personas por seis sesiones: \$480.000	Alcaldía municipal/secretaría turística/SENA
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Diseño de áreas de hospedaje que estén en armonía con el turismo de naturaleza.	Revisión de espacios donde puedan ser construidos los sitios de hospedaje.	Estudio de recursos financieros necesarios para la construcción de los hospedajes.	Adecuación de los lugares de hospedaje en los sitios elegidos.	Adecuar áreas de hospedaje que no afecten los espacios relacionadas con el turismo de naturaleza.	Estudio de lugares adecuados para la construcción de hospedajes. Realizar un presupuesto de los recursos necesarios para la construcción. Incentivar a la comunidad	Las actividades serán realizadas a término máximo de año y medio para su cumplimiento.	Número de áreas acondicionadas para hospedaje.	Presupuesto por persona para la adecuación de área de hospedaje: \$8.000.000.	Alcaldía/Secretaría de turismo/Propietarios de áreas.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Promocionar el municipio a partir de la implementación de las Tics.	Capacitación de la comunicadora prestadora de servicios, para promover sus establecimientos turísticos en las páginas web y redes sociales.	Diseño y creación de una página web del municipio.	Promoción turística del municipio a través de redes sociales.	Implementar la promoción turística del municipio a través de las Tics.	local para la construcción y adecuación de hospedajes.				
					Capacitar a la comunidad prestadora de servicios.	Se realizarán estas actividades en un tiempo máximo de dos meses.	Número de establecimientos con promoción turística por medio de páginas web y redes sociales.	Refrigerio para capacitaciones: \$160.000 .	Alcaldía municipal/ Secretaria de turismo.
					Diseñar una página web del municipio.				
					Creación de cuentas en redes sociales del municipio.	La actualización de información se realizará semanalmente.	Publicidad de establecimientos en la página web y redes sociales del municipio: \$ 80.000		
Promocionar y mantener la página y las redes sociales con información actualizada.									
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable

Capacitaciones a la comunidad local en cuanto a turismo.	Solicitud de apoyo del SENA para las capacitaciones con respecto a turismo de naturaleza.			Fortalecer el conocimiento en el área de turismo para la comunidad local	Solicitud del cronograma de sesiones de las capacitaciones turísticas.	Las sesiones de capacitación serán realizadas en un plazo máximo de 6 meses.	Número de personas capacitadas	Refrigerios de capacitación para 20 personas por seis sesiones: \$480.000	Alcaldía/Secretaría de turismo/SENA
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Desarrollo de las vías de acceso a los recursos naturales.	Revisión de lugares y normatividad para la realización de vías de acceso.	Estudio de recursos financieros y presupuesto para la adecuación de vías de acceso.	Adecuación de vías de acceso de los recursos turísticos.	Adecuar las vías de acceso de los recursos turísticos.	Sorteo para la adjudicación del proyecto para el desarrollo de las vías de acceso a los recursos naturales. Formalización de contrato para la licitación del proyecto.	Estas actividades deben ser cumplidas a término de 6 meses máximo.	Número de recursos naturales con vías de acceso en buen estado.	Para la adecuación de las vías de acceso por cada uno de los recursos naturales se estima un valor de:\$35.000.000	Alcaldía/Secretaría de desarrollo urbano.
					Construcción de vías de acceso.	La finalización del			

						proyecto debe entregarse un año después de la adjudicación de la licitación.			
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Inclusión local para el desarrollo en las actividades turísticas del destino.	Incentivar a la comunidad local a ser partícipe de las actividades turísticas.	Brindar información a la comunidad local sobre las posadas turísticas.		Incluir a la comunidad local para el desarrollo turístico del municipio.	Charla informativa sobre posadas turísticas. Charla informativa sobre los beneficios de la inclusión a las actividades turísticas.	Las actividades serán realizadas a término máximo de dos meses.	Número de personas vinculadas a la actividad turística	Refrigerios de capacitación para 20 personas por dos sesiones: \$160.000	Alcaldía/Secretaría de turismo
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Capacitaciones para la creación de hoteles y restaurantes .	Solicitud de apoyo del SENA para las capacitaciones con	Solicitud de apoyo del SENA para las capacitac		Capacitar a la comunidad local sobre la administraci	Solicitar el cronograma de sesiones de las capacitaciones.	Las actividades serán llevadas a cabo al término de	Número de nuevos establecimientos a raíz de	Refrigerios de capacitación para 20 personas	Alcaldía/Secretaría de turismo/SENA

	respecto al servicio hotelero.	iones con respecto a la administración de restaurantes.		ón de hoteles y restaurantes		seis meses.	las capacitaciones.	por seis sesiones: \$480.000	
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Implementación de la señalización pertinente para el acceso a los recursos turísticos naturales.	Estudio de las señalizaciones pertinentes para cada uno de los recursos turísticos.	Estudio financiero de los recursos necesarios para la compra e implementación.	Adecuación de la señalizaciones.	Implementar señalizaciones para el acceso a los recursos turísticos.	Estudio y contratación de la entidad pertinente para la realización del proyecto Ubicación de señalizaciones turística.	Esta actividad será llevada a cabo a un término máximo de 1 mes. La actividad será llevada a cabo aun termino máximo de 4 meses.	Número de señales turísticas ubicadas en los recursos naturales	Para la adecuación de la señalización turística por cada uno de los recursos naturales se estima un valor de:\$350.000	Alcaldía/Secretaría de desarrollo urbano
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Realizar la promoción turística para aumentar la entrada de	Planeación de muestras turísticas del municipio.	Participación del municipio en eventos turísticos		Realizar promoción turística en eventos turísticos nacionales.	Hacer presencia en eventos turísticos como ANATO.	Se realizara anualmente.	Número de presencia del municipio en	El pago por el espacio en la feria privada,	Alcaldía/Secretaría de turismo.

turistas, a través de la presencia del municipio en los diferentes eventos turísticos del país.		nacionales.					eventos turísticos.	correrá en gastos de la alcaldía y de los prestadores donde sus gastos serán divididos, en donde el derecho para asistir al evento será pagado por la alcaldía y la adecuación del stand por parte del prestador	
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Aprovechamiento de la agricultura de caña	Adecuación de las fincas para	Verificación de normatividad para		Aprovechar la agricultura panelera	Revisión de fincas aptas para la prestación	Esta actividad tendrá un plazo	Número de fincas acondicionadas	Por finca acondicionada se estiman	Alcaldía/Secretaría turística/

panelera para la creación de rutas turísticas.	la visita de turistas.	la realización de dicha actividad turística.		para la creación de rutas turísticas.	de servicio turístico.	máximo de cumplimiento de un mes.	para visitas turísticas .	en: \$7.000.000	Propietarios de las fincas
					Adecuación de las fincas paneleras para las visitas turísticas.	La actividad se deberá cumplir en un término máximo de seis meses.			
					Control del cumplimiento de la normatividad por el establecimiento.	Después del inicio de visitas turísticas se tendrá un control mensual.			
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Potencializar la riqueza gastronómica por medio de ferias donde su núcleo principal sea la muestra de platos	Identificar y registrar la diversidad de preparaciones tradicionales del municipio	Capacitación a la comunidad que se encuentre relacionada con la gastronomía, para la adecuada		Potencializar la riqueza gastronómica del municipio.	Reconocimiento de las diferentes preparaciones tradicionales del municipio.	Debe darse cumplimiento a la actividad a un máximo de 2 meses.	Número de platos típicos estandarizados.	Por capacitación se estima un costo de: \$400.000 por un mínimo de 20 personas.	Alcaldía/secretaría de turismo, SENA.
					Solicitar el cronograma	Debe finalizar			

típicos del municipio.		manipulación de alimentos			de sesiones de las capacitaciones en BPM.	las capacitaciones un término máximo de 6 meses.			
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Ubicación de un punto de información turística donde se pueda orientar a los visitantes.	Identificar punto estratégico donde gran parte de los turistas lleguen.	Contratación de personal capacitado para el cargo en el punto de información turística.		Ubicar punto de información turística en el municipio.	<p>Construir punto de información turística acorde al espacio y a las características del destino.</p> <p>Convocatoria con la comunidad local para la atención de punto de información turística</p>	<p>El cumplimiento de esta actividad debe ser a un término máximo de 4 meses</p> <p>Después de la construcción del punto de información turística debe cumplirse en un plazo máximo de 1 mes</p>	Punto de información turística ubicado.	Para la construcción y adecuación del punto de información turística se estima un total de: \$5.000.000	Alcaldía/Secretaría de turismo

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Solicitud de recursos para el trato de aguas residuales.	Registrar la debilidad de la planta de aguas residuales	Estudio financiero para la ampliación de la planta	Solicitud de recursos por parte de las entidades pertinentes	Mejorar la planta de trato de aguas residuales.	Elaboración de proyecto para la ampliación de la planta de aguas residuales	Un plazo máximo de 6 meses	Planta de aguas residuales acondicionada adecuadamente.	Para la adecuación de aguas residuales se estima un costo de: \$60.000.000	Alcaldía
					Referir el proyecto a entidad competente para la ejecución de este.	No mayor a un mes después de la elaboración del proyecto.			
Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Propiciar campañas para el cuidado de recursos naturales del municipio	Campañas de sensibilización con el medio ambiente tanto para la comunidad local como para los turistas.			Concientizar a la comunidad local y a los turistas, el cuidado de los recursos naturales del municipio y del medio ambiente en general.	Charlas de sensibilización a turistas y locales sobre el cuidado de los atractivos de municipio y del medio ambiente en general.	Se debe llevar a cabo las charlas informativas al momento de iniciar actividades con los turistas y de manera periódica con la	Número de personas que recibieron la sensibilización.	En las campañas de sensibilización se estima un costo por alimentación de asistentes de la población local por:	Alcaldía/secretaría de turismo

						población local.		\$80.000 por charla.	
--	--	--	--	--	--	---------------------	--	----------------------------	--

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Estudio financiero

Presupuesto de plan de acción

1. Seguimiento de la normatividad para el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 6.

Capacitaciones normatividad

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	4	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	4	20*4000= 80.000 80.000*4= 320.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 320.000/80= 4.000

2. Capacitaciones para fortalecer el servicio al cliente.

Tabla 7.

Capacitaciones servicio al cliente

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	6	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	6	20*4000= 80.000 80.000*6= 480.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 480.000/120= 4.000

3. Diseño de áreas de hospedaje que estén en armonía con el turismo de naturaleza.

Tabla 8.

Estudio financiero para la adecuación de una sola área de hospedaje. (Zona de camping)

Ítem	Cantidad	Costo total	Encargado
Costo en estudio financiero	1	\$600.000	Alcaldía
Inodoro	4	\$2.000.000	Propietario del área de hospedaje.
Lavamanos	4	\$1.200.000	
Kit de ducha	4	\$1.000.000	
Enchape m2	8 m2	\$800.000	

Material de construcción	1	\$2.000.000	
Mano de obra de construcción	1	\$1.000.000	
Total de inversión de área de hospedaje.	1	\$8.000.000	

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Tabla 9.

Expectativa de ocupación para la recuperación de la inversión.

Costo zona de camping	# de visitas	Total
\$8.000	1000	\$8.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

4. Promocionar el municipio a partir de la implementación de las Tics.

Tabla 10.

Capacitaciones y publicidad

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	2	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	2	20*4000= 80.000 80.000*2= 160.000
Publicidad de establecimientos en la página web y redes sociales del municipio	Alcaldía	1	Mensual	\$80.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

5. Capacitaciones a la comunidad local en cuanto a turismo.

Tabla 11.

Capacitación sobre el turismo

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	6	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	6	20*4000= 80.000 80.000*6= 480.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 480.000/120= 4.000

6. Desarrollo de las vías de acceso a los recursos naturales.

Tabla 12.

Desarrollo de las vías de acceso en zonas privadas.

Zonas Privadas		
Ítem	Encargado	Costo
Préstamo de maquinaria	Alcaldía	\$15.000.000
Construcción de vías de acceso secundaria	Propietario de zona	\$20.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Tabla 13:

Expectativa de visitas para la recuperación de la inversión.

Costo de ingreso al recurso turístico.	# de visitas	Total
\$20.000	1000	\$20.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Tabla 14.

Desarrollo de las vías de acceso en zonas públicas

Zona Publica		
Ítem	Encargado	Costo
Préstamo de maquinaria	Alcaldía	\$15.000.000
Construcción de vías de acceso secundaria		\$20.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

7. Inclusión local para el desarrollo en las actividades turísticas del destino.

Tabla 15.

Charlas informativas.

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Charla informativa	Alcaldía	20 personas	2	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	2	20*4000= 80.000 80.000*2= 160.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 160.000/40= 4.000

8. Capacitaciones para la creación de hoteles y restaurantes.

Tabla 16.

Capacitaciones para la creación de hoteles y restaurantes.

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	6	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	6	20*4000= 80.000 80.000*6= 480.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 480.000/120= 4.000

9. Implementación de la señalización pertinente para el acceso a los recursos turísticos naturales.

Tabla 17.

Señalización.

Ítem	Encargado	Cantidad	Costo
Señalización	Alcaldía	1	\$350.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Representación económica= Gasto total por turista por día (80.000) *# de visitantes

10. Realizar la promoción turística para aumentar la entrada de turistas, a través de la presencia del municipio en los diferentes eventos turísticos del país.

Tabla 18.

Promoción turística en feria privada.

Pago por el espacio en la feria privada		
Ítem	Encargado	Porcentaje de aporte
Derecho a participar en el evento	Alcaldía	100%
Adecuación del stand	Prestadores	100%

Fuente: Nova y Rivera (2019).

11. Aprovechamiento de la agricultura de caña panelera para la creación de rutas turísticas.

Tabla 19.

Adecuación fincas paneleras.

Ítem	Encargado	Cantidad	Costo total
Sendero	Propietario	1	\$2.000.000
Adecuación general	Propietario	1	\$5.000.000
Costo total			\$7.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Tabla 20.

Expectativa de visitas para la recuperación de la inversión.

Costo por ingreso	# de visitas	Total
\$7.000	1000	\$7.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

12. Potencializar la riqueza gastronómica por medio de ferias donde su núcleo principal sea la muestra de platos típicos del municipio.

Tabla 21.

Capacitaciones riqueza gastronómica.

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Capacitación	SENA	20 personas	2	Gratuito
Refrigerios	Alcaldía	20	2	20*20.000= 400.000 400.000*2= 800.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

Costo por persona capacitada= Presupuesto/# de capacitados

Costo por persona capacitada = 800.000/40= 20.000

13. Ubicación de un punto de información turística donde se pueda orientar a los visitantes.

Tabla 22.

Punto de información.

Ítem	Encargado	Cantidad	Costo total
Material de construcción	Alcaldía	1	\$4.000.000
Mano de obra de la construcción	Alcaldía	1	\$1.000.000
Costo total			\$5.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

14. Solicitud de recursos para el trato de aguas residuales.

Tabla 23.

Adecuación trato de aguas residuales.

Ítem	Encargado	Cantidad	Costo total
Mejoramiento de planta	Aguas de Togüi	1	\$60.000.000

Fuente: Nova y Rivera (2019).

15. Propiciar campañas para el cuidado de recursos naturales del municipio.

Tabla 24.

Charlas de sensibilización.

Ítem	Encargado	Cantidad	# de sesiones	Costo
Charlas de sensibilización	Alcaldía	1	1	Gratuito
Estación de Café	Alcaldía	1	1	1*80.000= 80.000

Fuente: Nova y Rivera

Conclusiones

Se realizó la caracterización del municipio donde se identificaron los aspectos más representativos que permitieron conocer las potencialidades que este tenía, en las cuales se destacan su riqueza natural, clima, fuentes hídricas, sus representaciones culturales y gastronómicas; además, otros aspectos como sus vías de acceso principales se encuentran en estado óptimo lo cual permite la llegada de los visitantes; la buena acogida de los residentes a las personas externas y el interés para el desarrollo turístico del municipio.

Para la investigación se identificaron las limitaciones que no permiten el desarrollo turístico, en donde se encontró ciertos factores como falta de organización por parte de la administración municipal, debido a que no lo incluyen como una actividad económica sino que se direcciona a un tema cultural; las vías de acceso secundarias que llevan a las veredas donde se encuentran los recursos turístico no se encuentran acondicionadas para el acceso a estos sin embargo, existen otros factores los cuales afectan directamente tanto al crecimiento del municipio como al deterioro medio ambiental del mismo, debido a la presencia de grupos armados que respaldan la minería ilegal, dando así como resultado el daño a espacios naturales y fuentes hídricas con las que cuenta el destino, esta información no se encuentra documentada dentro de la investigación puesto que fueron datos suministrados mediante las conversaciones con la comunidad local; por otra parte, la comunidad local no se encuentra relacionada directamente con el tema turístico por lo cual no cuenta con un conocimiento mínimo para el desarrollo de este.

A partir de toda la información recopilada dentro de la investigación y de una serie de análisis se plantea una propuesta para el desarrollo integral de planificación, que le permitirá al municipio de Togüi gestionar y controlar tareas o proyectos que dentro del plan de acción se establecen con el objetivo de mejorar en las limitaciones que se percibieron y se documentaron dentro de la investigación y efectivamente el aprovechamiento de cada una de las potencialidades que tiene el municipio para el desarrollo turístico.

Recomendaciones

Para el desarrollo integral del municipio se plantean las siguientes recomendaciones:

- Para el próximo plan de desarrollo del municipio, la administración entrante debe incluir la propuesta turística en este; para que al momento de la implementación el ente territorial cuente con los recursos necesarios para la ejecución de cada estrategia propuesta.
- Conducir a la actividad turística como una economía que pueda generar aportes al destino, tanto económicos como en términos de generación de nuevos empleos, dando nuevas perspectivas a la comunidad local.
- Formalizar a los prestadores por medio de la invitación de conocer los beneficios que trae el turismo y la importancia de establecerse como prestador de servicios turísticos en el municipio, permitiendo ser más competentes en el mercado turístico nacional.
- Adecuar las vías de acceso primarias y secundarias, ya que son aspectos primordiales para el desarrollo y posicionamiento turístico del destino.
- Garantizar los servicios básicos en el municipio, y en los recursos naturales para que se pueda brindar una mejor experiencia al turista.
- Capacitar a la comunidad local a través de las entidades territorial como el SENA o con apoyo de la gobernación de Boyacá, en cuanto a las debilidades que presente los prestadores y la comunidad interesada en vincularse a la actividad turística.
- Fortalecer la promoción del destino, incluyendo su riqueza natural, diversidad cultural y gastronómica para incentivar la visita de turistas.
- Se recomienda al municipio la aplicación y el control de la normatividad por medio de capacitaciones y visita de control, tanto en las actividades turísticas, como en los prestadores de servicios.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá. (2017). *Nuestro municipio*. Recuperado 10 de agosto del 2018 <http://www.togui-boyaca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>.
- Alcaldía municipal de Santiago de tolú. (2018.) *PLAN DE ACCION AÑO 2018*. Recuperado de. <http://www.santiagodetolusucre.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/PLAN%20ACCION%20TURISMO%202018.pdf>
- Betancourt, D. F. (05 de julio de 2016). *Cómo hacer un árbol de problemas: Ejemplo práctico*. Recuperado el 23 de octubre de 2019, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/arbOL-de-problemas.
- Delgado, F. (2007). *Propuesta metodológica para evaluar y asignar la vocación de uso a las tierras rurales*. Caracas, Venezuela. 20 p.
- Emisora de Togüi. (s.f). *Cumpleaños de Togüi*. Recuperado el 20 de noviembre de 2019 de: <https://hcsradio935fm.wixsite.com/emisora-togui/galeria?lightbox=dataItem-jg45fy3k2>
- Gunn, Clare (2002): *Tourism planning: basics, concepts, cases*. London: Routledge.
- López Olivares, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3768/376834399005/>
- López Pedro Luis. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. Punto Cero* [online]. Recuperado en http://www.scielo.org.bo/sciELO.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&nrm=iso. ISSN 1815-0276
- Maps, G. (18 de octubre de 2015). *Google maps*. Obtenido de maps.google.com/togu
- Mincetur. (2014). *Productos turísticos*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de industria, comercio y turismo. (2017). *Asistencia Técnica En Planificación Del Turismo*. Recuperado de

http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=82763&name=GUIA_ASISTENCIA_TECNICA_EN_PLANIFICACION_TURISTICA.pdf&prefijo=file

Molina, Sergio (2000): *Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas (TGS)*. México: Limusa.

Organización mundial de turismo. (1978) *Introducción al turismo*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3768/376834399005/>

Organización Mundial de Turismo (1999): *Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible*. Madrid: OMT

Real Academia Española (RAE). 2001. *Diccionario de la lengua española*. Vigésima segunda edición. consultada en: <http://lema.rae.es/ drae/>.

Rengifo.J. (s.f). *Evolución de la planificación regional en Colombia “tendencias y perspectivas del desarrollo”*. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/04-J-Rengifo.pdf>

Ricaurte. C. (2009). *Manual Para El Diagnostico Turístico Local*. Escuela Superior Politécnica Del Litoral.

Rivas, J. Magadan, M (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Asturias, España. Septem ediciones.

Saavedra, C.I. (2012). *Plan de Desarrollo 2012-2015*. Recuperado de: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/togu%C3%ADboyac%C3%A1pd20122015.pdf>.

Segittur. (2012). *Turismo e innovación*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3768/376834399005/>

Sistema de documentación e información municipal 2002-2012. (2002). *Plan de ordenamiento territorial de Alcaldía de Togüi*. Recuperado de [http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/tog%C3%BC%C3%AD_principal_togu%C3%AD_\(416_pag_1512_kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/tog%C3%BC%C3%AD_principal_togu%C3%AD_(416_pag_1512_kb).pdf)

S.n. (2016). *Desarrollo*. Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/desarrollo/>

Socatelli. A. (s.f.). *Planificación turística*. Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV1507/semana3/LS3.3.pdf>

Universia. (2017). *Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Universia. Recuperado de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Varisco. C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad en los destinos de sol y playa (Tesis de postgrado, Universidad nacional de Mar de Plata)*. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Vera. F. (1997): *Análisis Territorial del Turismo: Ordenación, planificación y gestión del territorio turístico*. Barcelona: Ariel.