

Propuesta para el mejoramiento turístico del municipio de Vergara Cundinamarca

Katherin Lizeth Basallo Gomez

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

2016

Propuesta para el mejoramiento turístico del municipio de Vergara Cundinamarca

Katherin Lizeth Basallo Gomez

Director

Giovanna Carolina Cárdenas

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C.

2016

Dedicatoria

A dios por permitirme llegar tan lejos por darme la fuerza y voluntad necesaria para poder cumplir mi meta a nivel profesional no ha sido fácil, pero he llegado hasta el último momento de este camino.

A mi madre que ella ha sido mi fuente de inspiración mi impulso para seguir adelante ya que en todo este camino ella ha sido mi motivación para lograr esta meta anhelada a lo largo de los años gracias a su empeño y dedicación como madre, mejor amiga, y motivadora en momentos de colapso durante esta carrera, gracias a ella soy la mujer y futura profesional que soy para toda la vida.

A mi padre que ha sido mi principal apoyo para terminar mi meta de ser profesional gracias por hacer el inmenso esfuerzo de apoyarme hasta el último momento no lo habría logrado sin él gracias por tu mejor herencia La Educación.

A mis Hermanos que son mi apoyo incondicional y siempre están ahí, a mí hermano mayor el cual no he podido tener un mejor ejemplo de disciplina y superación el cual siempre ha sido mi modelo a seguir y mi hermana menor quien me llena de orgullo en la mujer que se ha convertido.

A toda mi familia, abuelos, tíos, primos gracias por tanto apoyo comprensión y fortaleza no lo habría logrado sin el amor y la fe que tienen en mi para ser una gran profesional.

Agradecimientos

Agradecer a dios por sobre todas las cosas ya que él es guía de mi camino a toda la universitaria agustiniana todo el cuerpo directivo y docente por su brindarme todos lo conocimiento y las bases para ser una excelente profesional en Hotelería y Turismo para poder enfrentar el mundo profesional del mañana.

A mi tutora Carolina Cárdenas sin la paciencia, orientación y ayuda de ella nada de esto sería posibles gracias por estar en cada etapa de este proyecto hasta el final.

Agradezco a la ruta del tigre y su administrador Alex Salazar por el apoyo incondicional, tiempo, y dedicación para la realización de este proyecto, gracias por la amistad y por la ayuda de trabajo de campo a pesar de que tuvimos que visitar los lugares en moto, carro, ¡¡caminando y escalando lo logramos!!

Resumen

El objetivo principal de este proyecto se enfoca en lograr un posicionamiento a nivel turístico del municipio de Vergara Cundinamarca especializándose en el turismo de deporte extremo ya que se cuenta con gran riqueza natural la cual puede ser aprovechable para el desarrollo de esta, para llevar a cabo esto lo primero es generar un diagnostico el cual determine puntos crítico y posibles falencias para así ejecutar una propuesta de desarrollo con impacto positivo ;para determinar el modo de ejecución se presenta el concepto clúster siendo el más factible como punto de partida alineándose al enfoque investigativo exploratorio ya que se requiere una recolección de datos generando un análisis de la situación más detallado y paso a seguir saber cuál es el mejor método investigativo para este proyecto el cual arroja un método deductivo siendo este el mejor planteado para la problemática indicada .Desde los resultado obtenidos se logra evidenciar que el municipio de Vergara Cundinamarca puede llegar a crear un turismo sostenible favorecedor que puede ser trabajo de manera adecuada para reestablecerse como destino turístico debido a su notable número de prestadores turísticos que generan una mayor oferta .

Palabras claves: Vergara, inventario, desarrollo posicionamiento, clúster, deporte extremo, investigación exploratoria.

Abstract

The main objective of this project is focused on achieving a tourist positioning in the town of Vergara (Cundinamarca) specializing in extreme sport tourism given the great natural wealth this place has. It was necessary to generate a diagnosis to determine the critical points and possible failures that could be found in order to apply a development proposal and possible course of action to solve the evidenced problems. The cluster concept was used as a starting point due to its direct correlation with the exploratory investigative approach, which required data collection to generate a more detailed analysis of the situation, resulting in the use of the deductive method as the best research tool to carry out this project. From the obtained results, it was possible to demonstrate that the town of Vergara (Cundinamarca) has the potential to position itself as a sustainable tourist destination due to its remarkable number of providers and great tourist offer.

Keywords: Vergara, inventory, positioning development, cluster, extreme sports, exploratory research.

Tabla de contenido

Introducción.....	10
Planteamiento del problema	11
Formulación de problema	11
Objetivos.....	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.	12
Justificación	13
Marco teórico.....	14
Enfoques investigativos	16
Métodos de la investigación	16
Capitulo I. Diagnóstico turístico del municipio de Vergara.....	17
Introducción general del municipio	17
Geografía.....	20
Sistema turístico.....	21
Superestructura turística	22
Plan sectorial del turismo.....	22
Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.....	23
Plan de desarrollo de Vergara.	23
Programa “construyendo turismo de excelencia” metas.....	23
Acuerdo No 13 2000.....	24
Infraestructura.....	24
Servicios básicos.....	25
Transporte.....	25
Vías de acceso.....	26

Oferta turística.	28
Estructura	28
Inventario turístico.	28
Inventarios turísticos del municipio de Vergara Cundinamarca	29
Capitulo II: Características del turismo de aventura del municipio de Vergara.....	53
Actividades y prestadores de servicio de turismo de aventura del municipio de Vergara	53
Torrentismo.	53
Canyoning.	53
Canopy.	54
Trekking.	54
Bungee Jumping.....	54
Prestadores de servicio de turismo de Vergara Cundinamarca.....	55
Perfil del turista del municipio de Vergara	56
Demanda turística.....	57
Análisis e interpretación de encuestas realizadas del trabajo de campo	57
Análisis general de perfil del turista	63
Capitulo III: Estrategia de desarrollo de turismo en el municipio de Vergara Cundinamarca..	65
DOFA.....	65
Aumento de la competencia indirecta.	66
Amenazas	70
Estrategias.....	70
Acciones	70
Innovar y desarrollar nuevos productos	70
Análisis y creación de nuevos productos enfocados a las necesidades de actuales y futuros mercado	70

Expandir a nuevos mercados	70
Creación de marca turística	70
Diseñar una marca	70
Movimiento de campaña publicitaria	70
Ejecutar plan de marketing	70
Posicionamiento y atributos del municipio de Vergara.....	70
Estudiar el mercado objetivo	70
Establecer una estructura organizacional sectorial del municipio.....	70
Establecer una relación entre entes turísticos público –privado del municipio para definir una estructura organizacional.....	70
Realizar una investigación comercial del sector turístico del municipio	70
Propuesta plan de desarrollo turístico	71
Estrategia # 1 complementar la superestructura turística del municipio de Vergara.	71
Superestructura.....	71
Estrategia # 2 realizar alianzas estratégicas entre los prestadores de servicio.	78
Estrategia #3 mejorar ambiente en la prestación de servicios turísticos.....	81
Conclusiones.....	83
Referencias	84
Anexos	85

Introducción

El siguiente trabajo de investigación está enfocado en elaborar una propuesta para el desarrollo del municipio de Vergara Cundinamarca en la que se le da una posible solución al desarrollo del turismo ya que podemos evidenciar una serie de problemáticas a nivel municipal la cual impide el mejoramiento turístico por lo cual se presenta la mejor propuesta para la solución de esta problemática para generar cambios positivos tanto a nivel socioeconómico como cultural para el municipio.

El objetivo principal de este trabajo es generar posicionamiento a nivel turístico enfocado al deporte extremo ya que el municipio de Vergara cuenta con excelentes atractivos naturales que facilitan el desarrollo de dichas actividades ; para esto se elaborara un diagnostico actual del municipio en el cual se determinaran los puntos críticos a nivel turístico posibles falencia y amenazas que afectan al municipio y con Dicha información se ejecutara la propuesta para el desarrollo generando un impacto positivo disminuyendo así los problemas planteados.

Uno de los principales desafíos que enfrenta este proyecto es el comienzo de toda la información del municipio ya que este no cuenta con una superestructura adecuada en el área de turismo por lo cual la gran parte de información es realizada por el estudiante con apoyo de la Universitaria aun así se espera tener resultados positivos y satisfactorios cumpliendo con los objetivos propuestos para el proyecto.

Planteamiento del problema

Vergara es un municipio de Cundinamarca que cuenta con una gran riqueza natural que puede ser aprovechable para el desarrollo del municipio ya que es potencialmente turístico por dichas riquezas con las que podemos llegar a tener un crecimiento socioeconómico favorable para el municipio ya que este se destaca por su clima cálido y sus zonas naturales que son favorecedores para la realización de actividades de turismo de aventura el cual puede generar un flujo de turistas favorable generando cambios notablemente positivos para este.

Formulación de problema

¿Cómo desarrollar el turismo de Vergara aprovechando su riqueza natural?

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una propuesta para el desarrollo turístico del municipio de Vergara Cundinamarca.

Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico la situación actual del municipio de Vergara.

Establecer la potencialidad turística y determinar el perfil del turista.

Identificar la mejor estrategia como alternativa para el desarrollo turístico del municipio de Vergara Cundinamarca.

Justificación

Lo que se pretende lograr con este proyecto es identificar una posible propuesta para la solución de la problemática por medio de una estrategia favorable para el municipio para así cumplir con la necesidad del turista a la hora de promocionar y ser reconocido turísticamente ya que este municipio cuenta con una riqueza favorable de atractivo turísticos ,flora y fauna que es un fuerte potencial para la captación de nuevo mercado generando niveles socioeconómicos positivos tanto para el municipio ya que la actividad turística genera un ingreso el cual se puede reinvertir para el mantenimiento de los recursos naturales que son utilizados para la realización de la práctica de turismo extremo como para los habitantes ya que al ser reconocido como un municipio turístico se comienza a generar un flujo de turistas que genera ingresos a la gran mayoría de la infraestructura del municipio.

Este proyecto pretende crear una alternativa de desarrollo para el municipio enfocado en el turismo extremo el cual permita el aprovechamiento de los diferentes atractivos naturales que se puedan encontrar dentro del municipio Ya que el turismo de aventura es una de las actividades más viables en las cuales se hace más visible la implantación de un modelo sostenible y sustentable; a través de él se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de la oferta ambiental de un área geográfica determinada.

Marco teórico

Conocido también como marco de referencia...” Es la exposición de la teoría o grupo de teorías que sirven como fundamento para explicar los antecedentes e interpretar los resultados.” (Angeles & Munch, 1993)

El marco teórico es una de las etapas más importantes en cualquier tipo de investigación ya que son una base u soporte con el fin de reunir información documental para el posible diseño que se empleara en conclusión y solución a la problemática debido a que las teorías mencionadas nos generan un énfasis profundo de la teoría que le da significado a la investigación ya que a partir de estas teorías existentes puede generar nuevos conocimientos por este motivo las teorías deben ser claras y precisas para poder ser considerado como una teoría valiosa y fructífera para el tema de investigación propuesto.

(Larrain & Sachs, 2002) Destacan como una importante ventaja de la cercanía entre las empresas el poder hacer uso de una red común de infraestructura: infraestructura física (comunicaciones, servicio de transporte, abastecimiento de energía y otros) capital de recursos humanos tecnología y el ambiente regulatorio, financiero, y legal. Las reducciones de costos que resultan de la a proximidad espacial se conoce como economías de aglomeración.

Esta teoría especifica de una manera u otra los elementos del turismo ,la forma en que la infraestructura se complementa de diferentes servicios creando una infraestructura sostenible generando una factibilidad positiva para el crecimiento socioeconómico del municipio por parte del turismo, como bien sabemos la infraestructura es una parte fundamental en el área de turismo ya que hace parte de un eje central para el desarrollo turístico razón por la cual se determina que cualquier ciudad ,municipio o región deberá obtener mínimo una infraestructura básica para su desarrollo local y crecimiento ya sea cultural, económico ,social y/o turístico.

La infraestructura es la base principal de cualquier destino ya que cumple con las condiciones necesarias para que la población pueda obtener un desarrollo turístico básico general obteniendo así unos parámetros básicos y necesarios para el municipio y para los futuros visitante en esta etapa de infraestructura hablamos de una serie de bienes y servicios con que cuenta el municipio para un desarrollo sostenible como lo son:

- Servicios básicos
- Vías de acceso al municipio
- Medios de transporte

➤ Servicios de comercio, salud, educación entre otros

Michael Porter fue el primero en introducir el concepto de clúster, en su obra *la ventaja competitiva de las naciones* definiéndolo como aquel “conjunto de empresas que operan a través de redes entorno a una actividad productiva base de desarrollo concentradas geográficamente por concordancia y complementariedades en torno al sector base, alcanza un alto grado de especialización, competitividad y eficiencia generando procesos dinámicos a través de los cuales es posible garantizar el éxito del clúster. (Porter, 1991)

SENARTUR crea el programa de turismo municipal mediante el cual se coordina con los municipios del país, reconociéndolos como importantes impulsores del desarrollo del turismo local.

El Servicio Nacional De Turismo crea el programa de turismo municipal el cual consiste en la coordinación de los municipios hacia un mismo fin el cual es el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad turística a nivel municipal. Este programa se crea el fin de concientizar al municipio de que el turismo puede ser una fuente de ingresos relevante tanto al municipio como a sus habitantes.

Para generar un programa de turismo municipal es necesario que dentro del municipio se genera una asociatividad con las diferentes entidades de servicio implicadas con el fin de estructurar un plan de acción para el desarrollo sustentable turístico del municipio en el cual se determinen una serie de estrategias, crear un diálogo de posibles puntos críticos y falencias las cuales puedan analizar y generar una respuesta positiva inmediata para este tipo de desarrollo turístico, este plan de acción es elaborado con un objetivo específico el cual tiene que ser el mismo para todos los miembros de la asociación para así direccionar todos los planes de acción y ejecutarlos de la misma manera creando así una base sólida en el área turística del municipio.

Para concluir lo que se pretende con este programa de turismo municipal es que uno de los ejes centrales económicos del municipio sea el turismo; para esto se necesita analizar detenidamente que implicación conlleva el ejecutar un desarrollo del turismo municipal sin generar un impacto negativo tanto en la población como su municipio.¹

Según el profesor Harvard, Michael Porter, un clúster es un grupo de compañías e instituciones interconectadas y concentradas geográficamente que trabajan en una industria común. Los clústeres abarcan una amplia gama de servicios y proveedores, los cuales colaboran y compiten entre sí, y crean una infraestructura especializada que apoya a la industria de dicho clúster.

¹ Anexo

Finalmente, el clúster cuenta con un grupo de talentos con habilidades laborales especializadas que generan transferencia de conocimientos entre los agentes.

Dentro de los conceptos de clúster en el desarrollo regional aparece la cadena de valor agregado, que es “...el proceso a través del cual se combina tecnología, insumos materiales y fuerza de trabajo, y luego los insumos procesados son ensamblados, vendidos en el mercado y distribuidos. Una firma puede consistir solo en un eslabón de ese proceso o puede extenderse a varios de ellos e integrarse verticalmente”. (Kogut, 1985)

Enfoques investigativos

Este proyecto se basa en una investigación exploratoria ya que necesitamos tanto recolección de datos de información para tener un análisis de la situación más detallado para así proceder a ejecutar dicho proyecto ya que como el nombre lo indica, busca examinar un tema que no ha sido estudiado o que se ha estudiado u muy poco con el fin de obtener un panorama más amplio de la situación permitiendo así determinar con mayor claridad investigaciones posteriores.

Métodos de la investigación

El método a seleccionar va a ser el método deductivo ya que en nuestro proyecto se plantean teorías las cuales se pueden ejecutar para el desarrollo turístico del municipio.

Capítulo I. Diagnóstico turístico del municipio de Vergara

Introducción general del municipio

El turismo a nivel mundial ha crecido de una manera satisfactoria para varios países los cuales le han dado mayor prioridad a los programas para el desarrollo del turismo supliendo las necesidades de los posibles turistas ya que esto contribuye en gran parte al desarrollo sostenible del país por esta razón los países cada vez invierten más en calidad, infraestructura y educación ya que se conoce que el turismo en el comercio mundial ocupa el cuarto lugar de los sectores de mayor importancia junto con productos alimenticios ,combustible y otros.

Colombia se ha enfocado en los últimos años al desarrollo y posicionamiento del turismo a nivel mundial para el crecimiento de nuestro país tanto culturalmente como económicamente.

El turismo es una serie de actividades las cuales se realizan durante un viaje en el que pernoctan 1 o más días no inferior a un año, el sector turístico ha crecido de una manera rápida y efectiva, la (OMT, 2000)señala que: “el sector turístico ha llegado a representar cerca del 9% del PIB mundial y es responsable de 1 de cada 11 puestos de trabajo de muchos países tanto desarrollados, como en vía de desarrollo.”

Colombia de acuerdo a su plan de negocio de turismo desea posicionarse como uno de los destinos más competitivos a nivel mundial en turismo de naturaleza, aventura, rural entre otros, el turismo colombiano se ha fortalecido gracias a diferentes sectores los cuales han permitido que los visitantes extranjeros deseen venir al país ya sea por viaje de negocio, ocio y múltiples razones generando un alto desarrollo y crecimiento en el país; el plan sectorial de turismo señala que:

“En Suramérica, en el mismo año entre diez países Colombia ocupó séptimo puesto, superado por países como Brasil (51), Chile (56), Uruguay (59), Argentina (61), Perú (73) y Ecuador (81), de acuerdo con su posición general en el ranking.

El objetivo de Colombia es que el país sea innovador, ambientalmente sostenible, y altamente competitivo a nivel internacional creando todos estos programas para el desarrollo del país y la integridad de este.

El turismo extremo a nivel mundial eso uno de los factores más rentables en la industria del turismo en los últimos tiempos este ha generado un crecimiento del 65% en la tasa media anual a nivel mundial generando así que este tipo de turismo crezca de uno manera favorable tanto para los países a explotar como a los turistas para poder realizar este tipo de turismo en cualquier país del mundo un artículo en línea afirma:

“Según un estudio de la George Washington University realizado en conjunto con la Adventure Travel Trade Association (ATTA), que sitúa en más de 260 mil millones de dólares el valor anual de este segmento turístico.” (Caribeann news digital [en línea] turismo de aventura mueve más de 260 millones de dólares a nivel mundial cada año.

En Colombia el turismo de aventura está teniendo un auge muy fuerte tanto económicamente como industrial ya que nuestro país cuenta con una gran diversidad de recursos naturales para ser explotados para así el país tener un desarrollo económico sostenible.

Uno de los principales enfoques de turismo en Colombia es que este sea totalmente sostenible para su mejor desarrollo y que cumpla con un alto grado de satisfacción para esto el plan sectorial plantea que:

“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.”

Colombia genera un plan de desarrollo por departamentos en el cual cada departamento hace su función individual para así cumplir con sus objetivos para poder ser entre todos un país altamente competitivo y desarrollado a nivel internacional.

Se quiere dar a conocer una parte del departamento de Cundinamarca el cual es; él municipio de Vergara en el cual se desarrolla paso a paso el plan de desarrollo que ha enfocado sus trabajos a la creación de una calidad de vida mayor a sus habitantes para así ser competitividad y desarrollada como se afirma en la visión del plan de desarrollo departamental:

“VISION 2032: Cundinamarca es competitiva, innovadora, garante de condiciones para el desarrollo integral del ser humano, el territorio y sus eco-regiones”

El plan de desarrollo departamental llamado “calidad de vida” realizado por Álvaro cruz se enfoca en todos los programas necesarios para el mejoramiento de vida de los habitantes y para los diferentes sectores para así explotar sus riquezas y patrimonios multiculturales para el sector del turismo departamental el programa de Álvaro cruz plantea:

“fortalecer el talento humano, desarrollar estrategias de mercado, mejorar y ampliar su infraestructura física robustecer su sistema de información y consolidar una marca turística de excelencia en el marco de la integración regional con Bogotá”

Entre tanto se desea promover planes estratégicos para el buen desarrollo del turismo tanto nacional como municipal; creando un plan estratégico el cual se encarga de desarrollar toda la parte de mercadeo, publicidad, promoción para así tener un plan para futuros inversores tanto nacionales como internacionales para el desarrollo de este tipo de turismo lo cual afirma el plan de desarrollo de Cundinamarca:

“Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor asegurado nacional, garantizando las condiciones con el fin de mantener el incentivo de inversión de los empresarios nacionales y diseñar planes atractivos para la inversión extranjera.” (plan de desarrollo turístico de Cundinamarca)

El municipio de Vergara es altamente aprovechable en cuanto a sus recursos naturales este tiene gran diversidad de atractivos los cuales se pueden implementar para que se defina como un municipio de turismo de aventura siendo reconocidos por sus atractivos que los identifican para poderse desarrollar económicamente tanto municipal como nacional.

Tabla 1.

Generalidades del municipio

<i>Generalidades del municipio</i>	
<i>Año de fundación</i>	<i>12 de diciembre de 1802</i>
<i>Fundadores</i>	<i>Juan del busto y Fernando del busto y gauna.</i>
<i>Extensión</i>	<i>146.3mk2</i>
<i>Área urbana</i>	<i>22km2</i>
<i>Altitud</i>	<i>1510</i>
<i>Temperatura</i>	<i>22ª</i>
<i>Distancia de Bogotá</i>	<i>112km</i>
<i>Habitantes</i>	<i>8100</i>
<i>Gentilicio</i>	<i>Vergareense</i>
<i>Vías de acceso</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <i>Autopista Medellín –Nimaima</i> ❖ <i>Autopista Medellín san francisco</i> ❖ <i>Autopista norte –pacho</i>

Nota. Recuperado de alcaldía municipal Vergara Cundinamarca.

Tabla 2.

Límites del municipio de Vergara.

Límites del municipio

<i>Oriente con el municipio de</i>	<i>Supatá</i>
<i>Occidente con el municipio</i>	<i>Nimaima</i>
<i>Norte con los municipios</i>	<i>Pacho y el peñón</i>
<i>Sur con los municipios</i>	<i>Nocaima la vega</i>
<i>Extensión total</i>	<i>146.3km²</i>
<i>Extensión área rural</i>	<i>146km²</i>
<i>Temperatura media</i>	<i>20 c</i>

Nota. Recuperado de alcaldía municipal de Vergara Cundinamarca.

Geografía.

Descripción-física. El municipio de Vergara Cundinamarca, se encuentra comprendido entre los 5° (grados) 7' (minutos) de Latitud Norte y los 74° y 21' de Longitud Oeste, municipios de Nocaima, la Vega, Sasaima, Nimaima, San Francisco, Supatá, Utica, y Villeta.

División Político Administrativa. La constituyen veintinueve Veredas de las cuales 5 son inspecciones: Cachipa, Chonte Grande, Chonte cito, Chorrera, Cerinza, Copero, Córcega, El Palmar, El Tigre, El Vergel, El Zancudo, Flandes, Girón, Guacamayas, El Guarcal, Guatama, La Bolsa, Las Cajas, La Montaña, La Paz. Llano grande, La Vistosa, Los Sauces, Novillero, Pabellón, Peña Blanca, Periquito, Pinzaima, Río Seco.

Topografía.

El 82% del territorio del municipio de Vergara es montañoso y quebrado; sus montañas pertenecen a la Cordillera Oriental de los Andes; en la región aledaña al río Pinzaima en la llamada Meseta de Pinzaima, parte de la vereda de Córcega, el Cajón y la meseta, presenta estructuras medianamente planas y de mínima extensión. El casco urbano se asienta sobre una colina que termina en las riberas del río Pinzaima. Presenta algunas alturas, siendo la principal, el llamado Cerro de Teresa o Sautatumí, siendo el promontorio que domina la región. El cerro de Guayoque en la cordillera del mismo nombre y que sirve de límite con El Peñón. El cerro de La Pita, antiguamente llamado Guacamayas, el cerro de Porta grande que sirve de límite con el municipio

de Nocaima en la vereda de La montaña; en la jurisdicción territorial declara por el municipio de Cundinamarca se establece la conformación total de las veredas del municipio de Vergara.²

Sistema turístico.

En investigación, el modelo de sistema turístico ha sido fructífero para describir y analizar los impactos de la actividad en el medio. El pensamiento sistémico del turismo se basa en cuatro teorías fundamentales: la Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy, la Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester, la Teoría de Sistemas Complejos de Rolando García y la Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann (Vázquez Ramírez, 2013).

Este sistema se crea con el fin de determinar de una manera más organizada y concluyente el estado actual de cualquier destino dando un enfoque claro y conciso de la problemática, estrategias y aspectos positivos; este sistema turístico emplea uno actores muy importantes que son la oferta, demanda ,infraestructura .superestructura, y la estructura que son la clave para el desarrollo turístico de cualquier destino generando como resultado el poder analizar y describir los impactos que tiene esta actividad este sistema se emplea de acuerdo a las dimensiones actuales del destino ya que son un gran influyente del desarrollo del turismo estamos hablando de los factores básicos de un destino como lo son : el social ,el cultural, el político, el ambiental y el económico; con estos podemos determinar ,y proyectar un excelente sistema turístico que sea factible y fructífero para el destino.

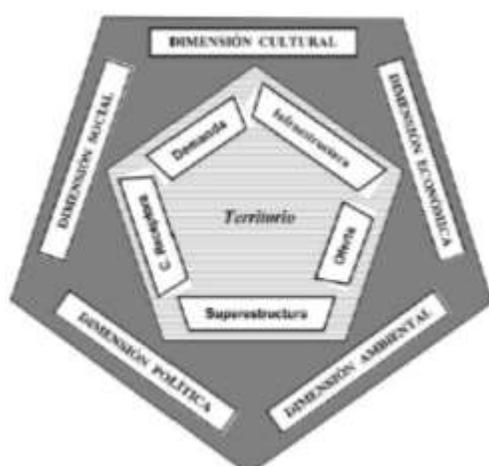


Figura 1. Sistema Turístico. (Nulan, 2016)

² Anexo 2

Superestructura turística

Son el conjunto de instituciones públicas o privadas, así como los procesos de mercadeo del producto turístico. Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y diversos servicios que componen el producto turístico.

Plan sectorial del turismo.

El ministerio de industria, comercio y turismo como ente principal de la actividad turística en Colombia convoca a los diferentes actores principales del movimiento turístico para establecer unos lineamientos estratégicos para la vinculación al nuevo plan nacional de desarrollo esto inspirado a la ley 300 de 1996 en virtud del cual las actividades turísticas en desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual hace parte del plan nacional de desarrollo.



Figura 2. Estructura plan Sectorial De Turismo. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2014)

Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca.

Gualivá. Dentro de las estrategias identificadas para la provincia de Gualivá se encuentran:

- Sostenibilidad Ambiental.
- Transformación productiva, innovación y desarrollo tecnológico: Portafolio turístico de Gualivá (con énfasis en el turismo de aventura, ecoturismo, recreativo y agroturismo), Parque nacional agroindustrial y turístico de la Panela.
- Desarrollo de clúster: Red de granjas receptoras de turismo diseñadas para el aprendizaje del uso de la caña.

Plan de desarrollo de Vergara.

El concejo municipal de Vergara Cundinamarca en uso de sus facultades constitucionales y legales en especial las conferidas por el numeral 2 del artículo 313 de la constitución política y artículo 74 de la ley 136 de 1994, los artículos 37, 38, 39 y 40 de la ley 152 de 1994.

Objetivo sectorial. Mejorar y ampliar la infraestructura física y social para el turismo, en sus diferentes modalidades, como alternativa de desarrollo para Vergara, en términos de empleo, mayores ingresos y mejoramiento de la imagen del Municipio.

Estrategias sectoriales.

- Incentivo a la creación de empresas especializadas de turismo.
- Diseño de un portafolio turístico del Municipio, que sea promocionado en Bogotá, Cundinamarca y departamentos vecinos.
- Articulación de los proyectos y acciones del sector con el plan de desarrollo departamental y nacional, en especial con el subprograma para el fomento del turismo.
- Definición, en forma detallada, del potencial turístico local.
- Mejoramiento de la imagen física del Municipio.
- Mantenimiento, con el apoyo de la fuerza pública, del orden público, que propicie un ambiente de tranquilidad para el turismo.
- Explotación turística de las actividades y eventos culturales, artísticos y deportivos del Municipio.

Programa “construyendo turismo de excelencia” metas.

Aumentar en un 20% el número de turistas dentro del Municipio.

Subprograma “infraestructura física para el turismo” Metas.

- Mejorar 30 fachadas de las viviendas urbanas Vergara.

- Adecuar 5 km de senderos ecológicos.
- Adecuar 3 sitios de interés turístico ecológico.
- Realizar la señalización turística de 5 km de senderos.
- Gestionar la creación de un centro turístico y recreativo.

Subprograma “desarrollo empresarial para el turismo” Metas.

- Fomentar la constitución de 2 nuevas empresas turísticas.
- Apoyar 3 empresas turísticas con capacitación, asesoría empresarial y de servicios.

Subprograma “promoción turística del municipio” Metas.

- Diseñar 1 portafolio turístico del Municipio.
- Participar en 3 vitrinas turísticas
- Editar 5000 folletos de promoción turística
- Institucionalizar y orientar 3 eventos y celebraciones tradicionales en torno a la oferta turística.

Acuerdo No 13 2000.

Por el cual se adopta el Esquema de Ordenamiento Territorial (E.O.T.) para el Municipio de VERGARA, se definen los usos del suelo para los diferentes sectores de las zonas rural y urbana, se establecen las reglamentaciones urbanísticas correspondientes, se define la estructura ambiental y la estructura vial en las zonas urbanizables o zonas de expansión y se complementan y establecen los instrumentos necesarios para la gestión de un desarrollo urbano y rural integral, ordenado y equitativo de las zonas de expansión y conservación en el municipio.

El Concejo Municipal de VERGARA en uso de sus atribuciones constitucionales y legales y en particular las conferidas en los Art. 311 y 313 de la constitución y por las leyes 388 de 1997, 152 de 1994, 99 de 1993, 9 de 1989 y el Decreto Ley 1333 de 1986.³

Infraestructura

Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste de toda la superficie y el desarrollo de la construcción sobre esta tal. Como son el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales. (Goeldner & Ritchie, 2011)

La infraestructura es parte fundamental del complemento del desarrollo turístico de un municipio ya que comprende todos los bienes y servicio que ofrece un destino turístico tanto para

³ Anexo 3

los visitantes como para los mismo habitantes del destino esta infraestructura se crea con el fin de generar un desarrollo municipal en el cual influyen sectores como lo son el turístico, económico y cultural para establecer una forma de crecimiento socioeconómico del municipio se pretende que el sector turístico se convierta en una fuente primaria de ingresos para el municipio para así poder desarrollar de una manera conjunta el turismo el cual arroje resultados positivos y beneficiosos para el municipio , sus habitantes y visitantes y/o-turistas. (Blanco, 2008) Define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.

Servicios básicos.

Los servicios básicos son los también llamados servicios públicos con que cuenta una ciudad o municipio con el fin de generar una calidad de vida favorable para sus habitantes y visitantes cumpliendo así un papel importante en el desarrollo económico y social del país ya que se direccionan un objetivo específico el cual es satisfacer las necesidades básicas del ser humano en su hábitat.

Servicios públicos se refieren a cada una de las actividades realizadas por las administraciones públicas o privadas, destinadas a satisfacer necesidades básicas de la población por lo cual cumplen una función pública de interés general. Los servicios públicos incluyen la infraestructura, agua, alcantarillado, energía eléctrica, gas y disposición de residuos sólidos. (Hammen, 1998)

Transporte.

Los medios de transporte son un medio masivo el cual tiene como objetivo el desplazamiento de las personas de un lugar a otro, esta variable de la infraestructura es una de la más importantes para cualquier lugar ya que cumple con la necesidad de desplazamiento del ser humano sirviendo, así como una base estructura para el desarrollo de turismo de algún destino ya que este facilita la llegada más rápida y cómoda para el ser humano.

Las redes de transporte llegan a ser la expresión de la organización territorial de las actividades en un espacio y manifiestan su mayor o menor capacidad para eliminar las discontinuidades espacio-temporales que se generan por la heterogénea distribución de los bienes y servicios.

También marcan la eficiencia espacial y están ligadas a la tecnología de la que se sirven las redes, así como a la estructura que las organiza o disposición funcional del territorio y sus características físicas. Esas características, la estructura geológica, los accidentes geográficos, los elementos hidrográficos o el clima, determinan en mayor o menor medida la organización estructural de las redes y, en consecuencia, su nivel de eficiencia. (Kagermeier, 2001)

Vías de acceso.

Estas vías deben generar una accesibilidad fácil y eficiente la cual permita el flujo de visitantes al sitio de interés entre mejor estado se encuentren las vías de acceso mayor serán el número de visitantes a dicho destino generando un desarrollo óptimo ya que esta es una necesidad fundamental para el visitante que hay que satisfacer de la mejor manera.

Vergara Cundinamarca cuenta con una malla vial regional que satisface hasta el momento las necesidades locales su vía principal es la vía Medellín la cual posee una estructura vial suficiente.

Podemos afirmar que la vía No caima – Vergara con buenas especificaciones y transitabilidad permanente (invierno y verano) se constituye en la vía principal de acceso al Municipio, por distancia y especificaciones.

El Municipio de Vergara posee una malla vial regional que satisface las necesidades locales, vías que comunican a una vía principal (Autopista Medellín) y a los Municipios vecinos, si consideramos que la evaluación vial es la gran cantidad de accesos, podríamos decir que tenemos una estructura vial suficiente. Podemos afirmar que la vía Nocaima – Vergara con buenas especificaciones y tránsito permanente (invierno y verano) se constituye en la vía principal de acceso al Municipio, por distancia y especificaciones. Otro hecho importante es en anillo vial que se está conformando entre los Municipios de Nocaima – Vergara – Nimaima y la inspección de Tobia, este tránsito regional será en el futuro un articulador permanente en los fines de semana. También existen una gran cantidad de accesos, por ello encontramos acceso a Vergara por san Francisco, La Vega y Pacho, históricamente en época de invierno existen varias opciones para llegar a Vergara, siempre dependiendo del estado en que se encuentre la vía más utilizada que es la de Nocaima – Vergara. Características de las vías regionales Vergara – Nocaima – Autopista Medellín Vergara La Magola - San Francisco – Autopista Medellín Vergara – Saucos - Guacamayas - Pacho Vergara - Saucos - Guacamayas - Cerinza - Pacho Vergara - Nimaima - Paso el Rejo - La Peña Vergara - Nimaima - Paso el Rejo - Autopista Medellín Vergara – Villa Olarte –

San Antonio - Talauta Vergara – Impar – La Laguna – La Vega – Autopista Medellín Vergara cuenta con cinco (5) vías principales que la comunican con sus veredas y el resto del Departamento.

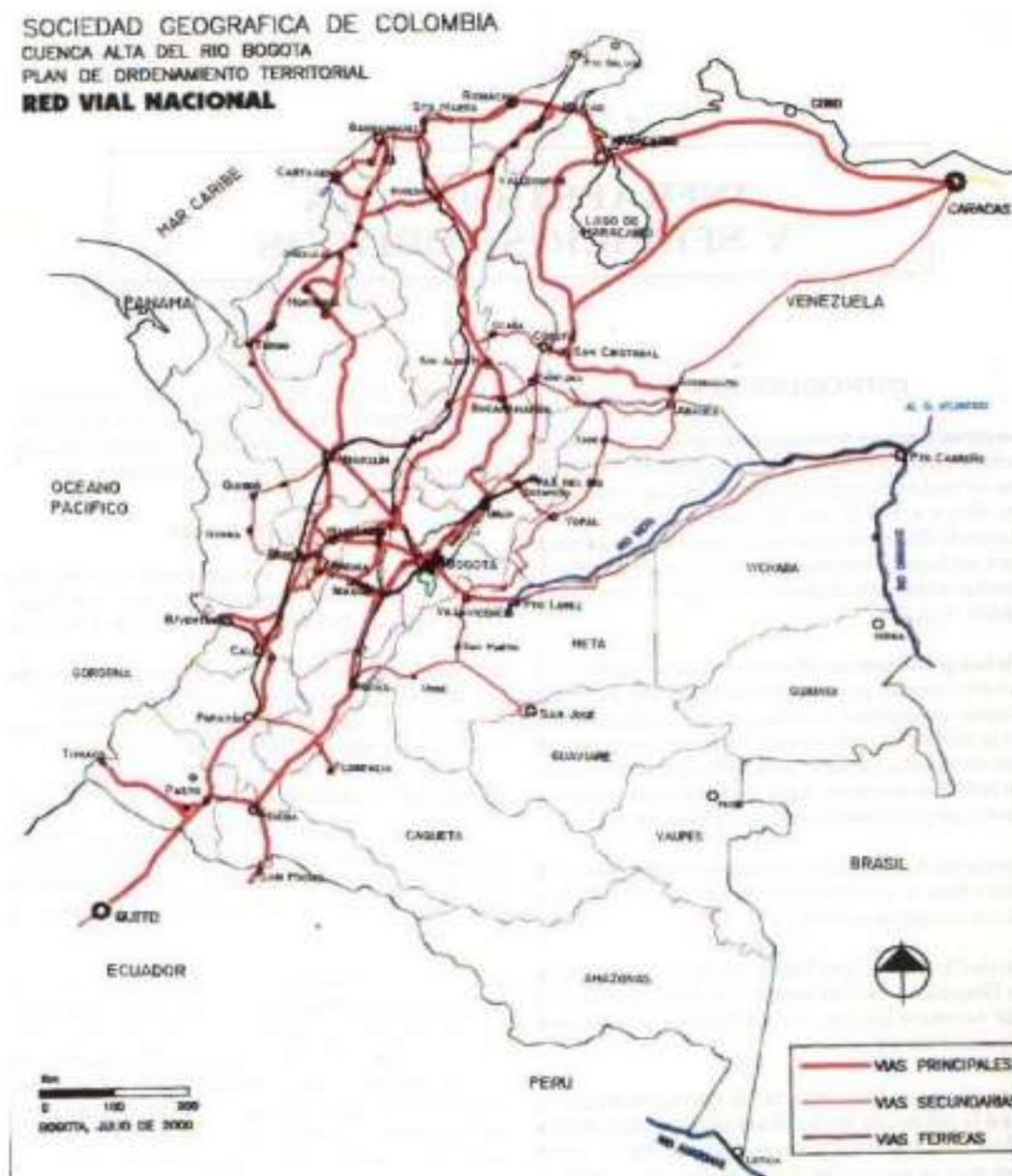


Figura 3. Red vial nacional. (Sociedad geografica de Colombia, 2010)

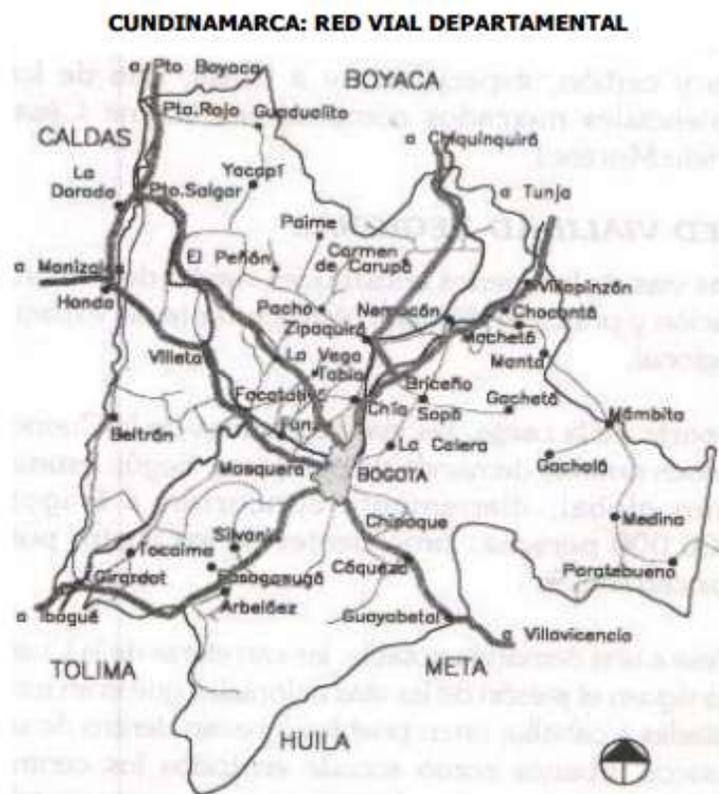


Figura 4. Red vial de Cundinamarca (Sociedad geográfica de Colombia, 2010).

Oferta turística.

Es el conjunto de bienes y servicios puestos en el Mercado. La oferta se clasifica en primordial y complementaria. (De la Torre Padilla, 1980) La primera está integrada por los recursos turísticos y la segunda, por Las empresas que componen el equipamiento turístico y los eslabonamientos.

El recurso o atractivos turísticos son la materia prima del turismo ya que son un factor importante para generar una gran influencia turística en el destino y un desarrollo socioeconómico que puede generar un impacto positivo que puede ser aprovechable de diferentes formas.

Estructura

Es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de servicios turísticos como lo son: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, empresas de transporte entre otras.

Inventario turístico.

Según el ministerio de industria, comercio y turismo el inventario turístico La elaboración de los inventarios turísticos es una prioridad para que el país en tanto que la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006 establecen la obligación de actualizar dicha información.

El inventario turístico es el conjunto de atractivos culturales, naturales y recreativos donde se ve reflejado el patrimonio de dicho municipio con el fin de obtener un registro claro y conciso en el que se determina que recursos son utilizables para el turista esta información se actualiza de manera constante ya que el inventario no solo es información acumulado si no que nos sirve de herramienta para tener un diagnostico detallado de los atractivos para poder identificar posibles falencias ,mantenimientos preventivos y mejoras de estos para poder suplir las necesidades del turista ya que nos facilita la información para la toma de decisiones y posibles estrategias para el posicionamiento turístico del municipio.

Para poder tener una herramienta eficaz como lo es el inventario turístico se deber establecer unas posibles características y objetivos para que el inventario sea la base fundamental para el proyecto a realizar; la primera característica a tener en cuenta es que el diligenciamiento del formato del inventario sea 100% real ya que con esta información se puede generar una toma de decisiones para el acondicionamiento de estos atractivos para el desarrollo del turismo la segunda característica a tener en cuenta es que el formato a diligenciar sea dinámico y abierto que se pueda actualizar las veces necesarios para tener un diagnostico actual del inventario del municipio con el objetivo de tener una herramienta de trabajo indispensable para la elaboración de posibles planes y futuras inversiones para el posicionamiento y desarrollo del turismo extremo en el municipio de Vergara.

(Sectur, Cestur, 2002) afirma que los atractivos realmente auténticos son aquellos que no han sido inventados, paisajes naturales o aspectos de la cultura local que son únicos, no se pueden copiar y constituyen una ventaja competitiva, por el contrario, hay regiones que dependen de atracciones creadas por el hombre tales como casinos o parques temáticos.

Dicho tipo de atracción presentar un mayor riesgo ante la competencia porque no ofrecen nada que no pueda ser replicado en otro lugar y han de introducir cambios constantemente para mantener su posición competitiva.

Es por este motivo que el proyecto realiza un inventario turístico para tener un diagnóstico claro de con que cuenta el municipio en que esta condición esta y saber que factibilidad hay acerca de los recursos para las prácticas de estas actividades turísticas; A continuación, se encontraran los formatos diligenciados por el estudiante con base al estudio de campo realizado.

Inventarios turísticos del municipio de Vergara Cundinamarca.

✓ Cascada el escobo



Figura 5. Cascada el escobo (Autoría propia)


INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ
 Formato de actualización 2010

COLOMBIA

DILIGENCIADO POR _____

FECHA _____

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre		CASCADA EL ESCOBO				
1.2. Departamentos		CUNDINAMARCA				
1.3. Municipio		VERGARA				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		VEREDA DEL TIGRE				
1.5. Administrador o Propietario		MUNICIPIO				
1.6. Dirección\ Ubicación						
1.7. Teléfono				Fax _____		
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)		10 minutos				
1.9. Tipo de acceso		Terrestre <input checked="" type="checkbox"/>		Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>		
1.10. Indicaciones para el acceso						
1.11. Página web						
1.12. Correo electrónico						
2. CARACTERÍSTICAS : atractivo natural						
2.1. Código asignado						
2.2. Descripción		LA CASCADA EL ESCOBO CUENTA CON UNA ALTURA DE 52 METROS LA QUE PERMITE REALIZAR ACTIVIDADES DE DEPORTE EXTREMO				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD DEL ATRACTIVO						
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES		
Estado de conservación (21)	Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)	10	
Constitución del Bien (21)	Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)	10	
Representatividad (28)	Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)	10	
	Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)	10	
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)	10	
				Diversidad (10)	10	
				Singularidad (10)	8	
TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	68	
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO						
Local (6 puntos)		Regional (12 puntos)		Nacional (18 puntos) 15		
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)		Internacional (30 puntos)				83
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS						
Clima			Tarifas			
Temperatura (En °C) _____		Viento (Km x Hora) _____		Entrada Libre <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> N/A		
Humedad (En %) _____		Precipitación (En mm) _____		Adulto _____ Extranjeros _____		
Horario			Adulto Mayor _____ Socios _____			
Días y horas de visita _____		Restringido <input type="checkbox"/>		Estudiantes _____ Grupos _____		
_____		Acceso Permanente <input type="checkbox"/>		Niños _____ Tarifa única _____		
<input type="checkbox"/> N/A		Visita exterior <input type="checkbox"/>		Otro, ¿Cuál? _____		
Estado del atractivo						
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales	Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos			
Satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>	Propio de.....;		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.			
Bueno <input type="checkbox"/> original y tradicional.					
Regular <input type="checkbox"/>						
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>						
5. SERVICIOS						
Servicios que ofrece el atractivo						
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs		<input type="checkbox"/> Auditorio. Capacidad pax _____ 30		<input type="checkbox"/> Baños		
<input type="checkbox"/> Salas temporales		<input type="checkbox"/> Restaurante. Especialidad _____		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A		
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones		<input type="checkbox"/> Café - Cafetería				
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax _____ 30		<input type="checkbox"/> Parqueadero. Capacidad _____				
<input type="checkbox"/> Audiogufas. Idiomas _____		<input type="checkbox"/> Material promocional. ¿Cuál? _____				
<input checked="" type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____		<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____				
<input type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A				
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad			
<input type="checkbox"/> Rampas <input type="checkbox"/> Baños <input type="checkbox"/> Sistema ciegos		<input type="checkbox"/> Plan de evacuación <input type="checkbox"/> Cámaras de seguridad		<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios <input type="checkbox"/> Alarmas		
<input type="checkbox"/> Ascensores <input type="checkbox"/> Puertas <input type="checkbox"/> Sistema sordos		<input checked="" type="checkbox"/> Equipo Emergencias <input type="checkbox"/> Vigilancia		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____ SEGURO MEDICO		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A		
<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A						

Figura 6. Formato del atractivo turístico cascada el escobo.(Autoría propia)

✓ Hacienda Villa María



Figura 7. Hacienda Villa María (Autoría propia)

1. GENERALIDADES				
1.1. Nombre	HACIENDA VILLA MARIA			
1.2. Departamentos	CUNDINAMARCA			
1.3. Municipio	VERGARA			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	VEREDA DEL TIGRE			
1.5. Administrador o Propietario	INGENIERO JUAN DAVID			
1.6. Dirección\ Ubicación				
1.7. Teléfono	3195069469			
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)	15 minutos			
1.9. Tipo de acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>			
1.10. Indicaciones para el acceso				
1.11. Página web	FACEBOOK(HACIENDA VILLAMARIA)			
1.12. Correo electrónico				
2. CARACTERÍSTICAS : Alojamiento				
2.1. Código asignado				
2.2. Descripción				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				
CALIDAD DEL ATRACTIVO				
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES
Estado de conservación (21)	21 Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)
Constitución del Bien (21)	21 Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)
Representatividad (28)	28 Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)
	Esponanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)
				Diversidad (10)
				Singularidad (10)
TOTAL CALIDAD	70	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)		82		
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO				
Local (6 puntos)	Regional (12 puntos) 12	Nacional (18 puntos)	Internacional (30 puntos)	
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS				
Clima	Tarifas			
Temperatura (En °C) _____	Viento (Km x Hora) _____			
Humedad (En %) _____	Precipitación (En mm) _____			
Horario	Acceso			
Días y horas de visita _____	Restringido <input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> N/A	Permanente <input checked="" type="checkbox"/>			
	Visita exterior <input type="checkbox"/>			
	Entrada Libre <input type="checkbox"/> N/A			
	Adulto _____ Extranjeros _____			
	Adulto Mayor _____ Socios _____			
	Estudiantes _____ Grupos _____			
	Niños _____ Tarifa única 85000			
	Otro, ¿Cuál? _____			
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales				
Satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>	
Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.		
5. SERVICIOS				
Servicios que ofrece el atractivo				
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs	<input checked="" type="checkbox"/> Auditorio. Capacidad pax 30			
<input checked="" type="checkbox"/> Salas temporales	<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante. Especialidad _____			
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones	<input type="checkbox"/> Café - Cafetería			
<input checked="" type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax 30	<input checked="" type="checkbox"/> Parqueadero. Capacidad _____			
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas _____	<input checked="" type="checkbox"/> Material promocional. ¿Cuál? _____			
<input checked="" type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____	<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____			
<input checked="" type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A			
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)		Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Plan de evacuación	<input type="checkbox"/> Cámaras de seguridad	
<input type="checkbox"/> Ascensores	<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	<input type="checkbox"/> Alarmas	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/> Sistema ciegos	<input checked="" type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input type="checkbox"/> Vigilancia	
<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> Sistema sordos	<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/> Ninguno	
	<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> N/A	

Figura 8. Formato del atractivo turístico Hacienda Villa María. (Autoría propia)

✓ Ecoparque guayacundo



Figura 9. Ecoparque guayacundo (Autoría propia)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ		INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ		C O L O M B I A	
Formato de actualización 2010		DILIGENCIADO POR _____		FECHA _____	
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre		ECOPARQUE GUAYACUNDO			
1.2. Departamentos		CUNDINAMARCA			
1.3. Municipio		VERGARA			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		VEREDA DEL TIGRE			
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección\ Ubicación					
1.7. Teléfono		3144701313		Fax _____	
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)		15 minutos			
1.9. Tipo de acceso		Terrestre <input checked="" type="checkbox"/>		Aéreo <input type="checkbox"/>	
		Acuático <input type="checkbox"/>		Ferreo <input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso					
1.11. Página web		FACEBOOK(ECOPARQUE GUAYACUNDO)			
1.12. Correo electrónico					
2. CARACTERÍSTICAS : Alojamiento					
2.1. Código asignado					
2.2. Descripción		ECOPARQUE DISEÑADO CON UN AMBIENTE CULTURAL CAFETERO QUE CUENTA CON PISCINA ,ALOJAMIENTO Y UN ZOOLOGICO QUE CUENTA CON UNA DIVERSIDAD DE ANIMALES			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD DEL ATRACTIVO					
MATERIAL		INMATERIAL		FESTIVIDADES Y EVENTOS	
GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS		SITIOS NATURALES			
Estado de conservación (21)	21	Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)
Constitución del Bien (21)	21	Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)
Representatividad (28)	28	Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)
		Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)
		Popular (14)			Estado de Conservación (10)
					Diversidad (10)
					Singularidad (10)
TOTAL CALIDAD	70	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD
					68
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO					
Local (6 puntos)		Regional (12 puntos)	12	Nacional (18 puntos)	
				Internacional (30 puntos)	
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)				82	
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS					
Clima			Tarifas		
Temperatura (En °C) _____	Viento (Km x Hora) _____		Entrada Libre <input type="checkbox"/>	N/A	
Humedad (En %) _____	Precipitación (En mm) _____		Adulto _____	Extranjeros _____	
Horario			Adulto Mayor _____	Socios _____	
Días y horas de visita _____	Restringido <input type="checkbox"/>		Estudiantes _____	Grupos _____	
<input type="checkbox"/> N/A	Acceso Permanente <input checked="" type="checkbox"/>		Niños _____	Tarifa única 85000	
	Visita exterior <input type="checkbox"/>		Otro, ¿Cuál? _____		
x					
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales		Inmaterial		Grupos especial interés	
Satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>		Propio de.....;		Evento de carácter.....;	
Bueno <input type="checkbox"/>	 original y tradicional.	 nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.	
Regular <input type="checkbox"/>					
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>					
5. SERVICIOS					
Servicios que ofrece el atractivo					
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs		<input checked="" type="checkbox"/> Auditorio. Capacidad pax 30			
<input checked="" type="checkbox"/> Salas temporales		<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante. Especialidad _____			
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones		<input type="checkbox"/> Café - Cafetería			
<input checked="" type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax 30		<input checked="" type="checkbox"/> Parqueadero. Capacidad _____			
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas _____		<input checked="" type="checkbox"/> Material promocional. ¿Cuál? _____			
<input checked="" type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____		<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____			
<input checked="" type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A			
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas <input type="checkbox"/> Baños <input type="checkbox"/> Sistema ciegos		<input checked="" type="checkbox"/> Plan de evacuación <input checked="" type="checkbox"/> Cámaras de seguridad			
<input type="checkbox"/> Ascensores <input type="checkbox"/> Puertas <input type="checkbox"/> Sistema sordos		<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios <input checked="" type="checkbox"/> Alarmas			
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		<input checked="" type="checkbox"/> Equipo Emergencias <input type="checkbox"/> Vigilancia			
<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____			
		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A			

Figura 10. Formato del atractivo turístico Ecomparque guayacundo. (Autoría propia)

✓ Casa hotel la ceiba



Figura 11. Casa Hotel la Ceiba. (Autoría propia)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ		INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ		C O L O M B I A	
Formato de actualización 2010		DILIGENCIADO POR _____		FECHA _____	
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	CASA HOTELLA CEIBA				
1.2. Departamentos	CUNDINAMARCA				
1.3. Municipio	VERGARA				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	MUNICIPIO				
1.5. Administrador o Propietario	BETTY VARGAS				
1.6. Dirección\ Ubicación	CALLE3 NO 1-39				
1.7. Teléfono	3144870956	Fax			
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)					
1.9. Tipo de acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/>	Aéreo <input type="checkbox"/>	Acuático <input type="checkbox"/>	Ferreo <input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso					
1.11. Página web	FACEBOOK(CASA HOTEL LA CEIBA)				
1.12. Correo electrónico					
2. CARACTERÍSTICAS : Alojamiento					
2.1. Código asignado					
2.2. Descripción	ESTE HOTEL CUENTA CON OCHO HABITACIONES TENIENDO CAPACIDAD PARA 25 PERSONAS CON ACOMODACION DOBLE U SENCILLA UBICADA EN LA ENTRADA PRINCIPAL DEL MUNICIPIO				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD DEL ATRACTIVO					
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES	
Estado de conservación (21)	16 Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)	10
Constitución del Bien (21)	20 Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)	10
Representatividad (28)	20 Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)	10
	Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)	10
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)	10
				Diversidad (10)	10
				Singularidad (10)	8
TOTAL CALIDAD	58	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	68
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO					
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)		Nacional (18 puntos)	
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)				62	
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS					
Clima			Tarifas		
Temperatura (En °C) _____	Viento (Km x Hora) _____		Entrada Libre <input type="checkbox"/>	N/A	
Humedad (En %) _____	Precipitación (En mm) _____		Adulto _____	Extranjeros _____	
Horario			Adulto Mayor _____	Socios _____	
Días y horas de visita _____	Acceso Restringido <input type="checkbox"/>		Estudiantes _____	Grupos _____	
<input type="checkbox"/> N/A	Permanente <input checked="" type="checkbox"/>		Niños _____	Tarifa única 85000	
	Visita exterior <input type="checkbox"/>		Otro, ¿Cuál? _____		
X					
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales		Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos	
Satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>		Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.	
Bueno <input type="checkbox"/>					
Regular <input type="checkbox"/>					
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>					
5. SERVICIOS					
Servicios que ofrece el atractivo					
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs	<input type="checkbox"/> Auditorio. Capacidad pax 25				
<input checked="" type="checkbox"/> Salas temporales	<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante. Especialidad _____				
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones	<input type="checkbox"/> Café - Cafetería				
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax 30	<input checked="" type="checkbox"/> Parqueadero. Capacidad _____				
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas _____	<input checked="" type="checkbox"/> Material promocional. ¿Cuál? _____				
<input type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____	<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____				
<input checked="" type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A				
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Sistema ciegos	<input checked="" type="checkbox"/> Plan de evacuación	Cámaras de seguridad	
<input type="checkbox"/> Ascensores	<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Sistema sordos	<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	<input type="checkbox"/> Alarmas	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____			<input checked="" type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input type="checkbox"/> Vigilancia	
<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A			<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		
			<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A		

Figura 12. Formato del atractivo turístico Casa Hotel La Ceiba. (Autoría propia)

- ✓ Restaurante Hospedaje Donde rosita



Figura 13. Restaurante y Hospedaje Donde Rosita. (Autoría propia)

✓ Restaurante Los Angeles



Figura 15. Restaurante Los Ángeles. (Autoría propia)

1. GENERALIDADES				
1.1. Nombre	RESTAURANTE LOS ANGELES			
1.2. Departamentos	CUNDINAMARCA			
1.3. Municipio	VERGARA			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	PUEBLO			
1.5. Administrador o Propietario	ROSA			
1.6. Dirección\ Ubicación				
1.7. Teléfono				
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)	10 minutos			
1.9. Tipo de acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>			
1.10. Indicaciones para el acceso				
1.11. Página web				
1.12. Correo electrónico				
2. CARACTERÍSTICAS : atractivo natural				
2.1. Código asignado				
2.2. Descripción	RESTAURANTE UBICADO EN LA PARTE NOROCCIDENTAL DEL PARQUE PRINCIPAL DEL MUNICIPIO QUE OFRECE UNA GRAN VARIEDAD DE COMIDA RAPIDA			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				
Fuente:				
CALIDAD DEL ATRACTIVO				
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES
Estado de conservación (21)	18 Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)
Constitución del Bien (21)	15 Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)
Representatividad (28)	5 Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)
	Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)
				Diversidad (10)
				Singularidad (10)
TOTAL CALIDAD	38	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO				
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)	Nacional (18 puntos)	Internacional (30 puntos)
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)				44
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS				
Fuente:				
Clima	Temperatura (En °C) _____	Viento (Km x Hora) _____	Tarifas	Entrada Libre <input type="checkbox"/> N/A
	Humedad (En %) _____	Precipitación (En mm) _____	Adulto _____	Extranjeros _____
Horario	Días y horas de visita _____	Acceso Restringido <input type="checkbox"/>	Adulto Mayor _____	Socios _____
	<input type="checkbox"/> N/A	Permanente <input checked="" type="checkbox"/>	Estudiantes _____	Grupos _____
		Visita exterior <input type="checkbox"/>	Niños _____	Tarifa única _____
			Otro, ¿Cuál? _____	
Estado del atractivo				
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales	Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos	
Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.	
Bueno <input type="checkbox"/>				
Regular <input type="checkbox"/>				
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>				
5. SERVICIOS				
Servicios que ofrece el atractivo				
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs	<input type="checkbox"/> Auditorio.	Capacidad pax _____		
<input type="checkbox"/> Salas temporales	<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante.	Especialidad _____		
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones	<input type="checkbox"/> Café - Cafetería			
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax _____	<input type="checkbox"/> Parqueadero.	Capacidad _____		
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas _____	<input type="checkbox"/> Material promocional.	¿Cuál? _____		
<input type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____	<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____			
<input checked="" type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A		
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)		Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Sistema ciegos	<input type="checkbox"/> Plan de evacuación	<input type="checkbox"/> Cámaras de seguridad
<input type="checkbox"/> Ascensores	<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Sistema sordos	<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	<input type="checkbox"/> Alarmas
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____			<input type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input type="checkbox"/> Vigilancia
<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____	
			<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A

Figura 16. Formato del atractivo turístico Restaurante Los Ángeles. (Autoría propia)

✓ Restaurante Media Luna



Figura 17. Restaurante Media Luna. (Autoría propia)

✓ Bar Oklahoma



Figura 19. Bar Oklahoma. (Autoría propia)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA Y TURISMO		INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ Formato de actualización 2010		ESTADO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA COLOMBIA	
DILIGENCIADO POR		LIZETH BASALLO		FECHA	
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre		BAR OKLAHOMA			
1.2. Departamentos		CUNDINAMARCA			
1.3. Municipio		VERGARA			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		PUEBLO			
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección Ubicación					
1.7. Teléfono				Fax	
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)		10 minutos			
1.9. Tipo de acceso		Terrestre <input checked="" type="checkbox"/>		Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso					
1.11. Página web					
1.12. Correo electrónico					
2. CARACTERÍSTICAS : DISCOTECA -BAR					
2.1. Código asignado					
2.2. Descripción		DISCOTECA PRINCIPAL DEL MUNICIPIO DE VERGARA			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				Fuente:	
CALIDAD DEL ATRACTIVO					
MATERIAL		INMATERIAL		FESTIVIDADES Y EVENTOS	
ESTADOS DE ESPECIAL INTERÉS		GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS		SITIOS NATURALES	
Estado de conservación (21)	21	Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)
Constitución del Bien (21)	21	Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)
Representatividad (28)	28	Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)
		Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)
		Popular (14)			Estado de Conservación (10)
					Diversidad (10)
					Singularidad (10)
TOTAL CALIDAD	70	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO					
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)	Nacional (18 puntos)	Internacional (30 puntos)	
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)					76
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS					
Clima		Horario		Tarifas	
Temperatura (En °C)		Viento (Km x Hora)		Entrada Libre	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> N/A
Humedad (En %)		Precipitación (En mm)		Adulto	Extranjeros
Días y horas de visita		Restringido	<input checked="" type="checkbox"/>	Adulto Mayor	Socios
		Acceso Permanente	<input type="checkbox"/>	Estudiantes	Grupos
		Visita exterior	<input type="checkbox"/>	Niños	Tarifa única
				Otro, ¿Cuál?	
Estado del atractivo					
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales		Inmaterial		Grupos especial interés	
Festividades y eventos					
Satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>	Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.	
Bueno	<input type="checkbox"/>				
Regular	<input type="checkbox"/>				
Malo/Ruinoso	<input type="checkbox"/>				
5. SERVICIOS					
Servicios que ofrece el atractivo					
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs		<input type="checkbox"/> Auditorio.		Capacidad pax	
<input type="checkbox"/> Salas temporales		<input type="checkbox"/> Restaurante.		Especialidad	
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones		<input type="checkbox"/> Café - Cafetería			
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax		<input type="checkbox"/> Parqueadero.		Capacidad	
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas		<input type="checkbox"/> Material promocional.		¿Cuál?	
<input type="checkbox"/> Guianza. Idiomas		<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles?			
<input checked="" type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> N/A	
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Sistema ciegos	<input type="checkbox"/> Plan de evacuación	<input checked="" type="checkbox"/> Cámaras de seguridad	
<input type="checkbox"/> Ascensores	<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Sistema sordos	<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	<input checked="" type="checkbox"/> Alarmas	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?			<input type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input type="checkbox"/> Vigilancia	
<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?		
			<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A	

Figura 20. Formato del atractivo turístico Bar Oklahoma. (Autoría propia)

- ✓ Hospedaje el turista



Figura 21. Hospedaje El Turista. (Autoría propia)

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	HOSPEDAJE EL TURISTA				
1.2. Departamentos	CUNDINAMARCA				
1.3. Municipio	VERGARA				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	PUEBLO				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección\ Ubicación					
1.7. Teléfono	Fax				
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)	10 minutos				
1.9. Tipo de acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>				
1.10. Indicaciones para el acceso					
1.11. Página web					
1.12. Correo electrónico					
2. CARACTERÍSTICAS : ALOJAMIENTO					
2.1. Código asignado					
2.2. Descripción	ESTE HOTEL CUENTA CON CINCO HABITACIONES SENCILLAS UBICA EN LA PARTE CENTRAL DEL MUNICIPIO				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
Fuente:					
CALIDAD DEL ATRACTIVO					
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES	
Estado de conservación (21)	12 Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)	
Constitución del Bien (21)	15 Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)	
Representatividad (28)	20 Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)	
	Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)	
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)	
				Diversidad (10)	
				Singularidad (10)	
TOTAL CALIDAD	47	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO					
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)	Nacional (18 puntos)	Internacional (30 puntos)	
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)				53	
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS					
Fuente:					
Clima			Tarifas		
Temperatura (En °C)		Viento (Km x Hora)		Entrada Libre <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> N/A	
Humedad (En %)		Precipitación (En mm)		Adulto	Extranjeros
Horario			Adulto Mayor		
Días y horas de visita		Restringido <input checked="" type="checkbox"/>	Socios		
<input type="checkbox"/> N/A		Acceso Permanente <input type="checkbox"/>	Estudiantes		
		Visita exterior <input type="checkbox"/>	Niños		
			Otro, ¿Cuál?		
Estado del atractivo					
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales	Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos		
Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.		
Bueno <input checked="" type="checkbox"/>					
Regular <input type="checkbox"/>					
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>					
5. SERVICIOS					
Servicios que ofrece el atractivo					
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs	<input type="checkbox"/> Auditorio.	Capacidad pax			
<input type="checkbox"/> Salas temporales	<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante.	Especialidad			
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones	<input type="checkbox"/> Café - Cafetería	Capacidad			
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax	<input type="checkbox"/> Parqueadero.	¿Cuál?			
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas	<input type="checkbox"/> Material promocional.	¿Cuáles?			
<input type="checkbox"/> Guianza. Idiomas	<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles?	<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A		
<input checked="" type="checkbox"/> Baños					
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Sistema ciegos	<input type="checkbox"/> Plan de evacuación	<input type="checkbox"/> Cámaras de seguridad	
<input type="checkbox"/> Ascensores	<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Sistema sordos	<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	<input type="checkbox"/> Alarmas	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?			<input type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input type="checkbox"/> Vigilancia	
<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?		
			<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A	

Figura 22. Formato del atractivo turístico Hospedaje El Turista. (Autoría propia)

✓ Casa Hotel Mi Tenampa



Figura 23. Casa Hotel Mi Tenampa. (Autoría propia)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.		INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ		BOGOTÁ, COLOMBIA	
Municipio de Bogotá		Formato de actualización 2010		DILIGENCIADO POR	
		LIZETH BASALLO		FECHA	
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre		CASA HOTEL MI TENAMPA			
1.2. Departamentos		CUNDINAMARCA			
1.3. Municipio		VERGARA			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		PUEBLO			
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección\ Ubicación					
1.7. Teléfono				Fax	
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)		10 minutos			
1.9. Tipo de acceso		Terrestre <input checked="" type="checkbox"/>		Aéreo <input type="checkbox"/>	
				Acuático <input type="checkbox"/>	
				Ferreo <input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso		j			
1.11. Página web					
1.12. Correo electrónico					
2. CARACTERÍSTICAS : ALOJAMIENTO					
2.1. Código asignado					
2.2. Descripción		HOTEL UBICADO A LA SALIDA SUR DEL MUNICIPIO			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN		Fuente:			
CALIDAD DEL ATRACTIVO					
MATERIAL		INMATERIAL		FESTIVIDADES Y EVENTOS	
GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS		SITIOS NATURALES			
Estado de conservación (21)		20 Colectiva (14)		Organización del Evento (30)	
Constitución del Bien (21)		20 Tradicional (14)		Beneficios socioculturales (20)	
Representatividad (28)		10 Anónima (14)		Beneficios Económicos (20)	
		Espontanea (14)			
		Popular (14)			
TOTAL CALIDAD		50		TOTAL CALIDAD	
				TOTAL CALIDAD	
				TOTAL CALIDAD	
				TOTAL CALIDAD	
				TOTAL CALIDAD	
				TOTAL CALIDAD	
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO					
Local (6 puntos)		6		Regional (12 puntos)	
				Nacional (18 puntos)	
				Internacional (30 puntos)	
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)		56			
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS					
Fuente:					
Clima					
Temperatura (En °C)		Viento (Km x Hora)		Tarifas	
Humedad (En %)		Precipitación (En mm)		Entrada Libre <input type="checkbox"/> N/A	
Horario		Acceso		Adulto <input type="checkbox"/> Extranjeros	
Días y horas de visita		Restringido <input type="checkbox"/>		Adulto Mayor <input type="checkbox"/> Socios	
<input type="checkbox"/> N/A		Permanente <input checked="" type="checkbox"/>		Estudiantes <input type="checkbox"/> Grupos	
		Visita exterior <input type="checkbox"/>		Niños <input type="checkbox"/> Tarifa única 50000	
				Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	
Estado del atractivo					
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales		Inmaterial		Grupos especial interés	
Festividades y eventos					
Satisfactorio <input type="checkbox"/>		Propio de.....;		Evento de carácter.....;	
Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	 original y tradicional.	 nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.	
Regular <input type="checkbox"/>					
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>					
5. SERVICIOS					
Servicios que ofrece el atractivo					
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs		<input type="checkbox"/> Auditorio.		Capacidad pax	
<input type="checkbox"/> Salas temporales		<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante.		Especialidad	
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones		<input type="checkbox"/> Café - Cafetería			
<input type="checkbox"/> Biblioteca.		Capacidad pax		Parqueadero.	
<input type="checkbox"/> Audioguías.		Idiomas		Capacidad	
<input type="checkbox"/> Guianza.		Idiomas		Material promocional.	
<input checked="" type="checkbox"/> Baños				¿Cuál?	
				Otros. ¿Cuáles?	
				<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A	
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad		
<input type="checkbox"/> Rampas		<input type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Plan de evacuación	
<input type="checkbox"/> Ascensores		<input type="checkbox"/> Puertas		<input type="checkbox"/> Equipo contra incendios	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?		<input type="checkbox"/> Sistema ciegos		<input type="checkbox"/> Equipo Emergencias	
<input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?	
				<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> N/A	

Figura 24. Formato del atractivo turístico Casa Hotel Mi Tenampa. (Autoría propia)

✓ El chispo.



Figura 25. El chispo. (Autoría propia)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.		INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOGOTÁ		C O L O M B I A		
DILIGENCIADO POR		LIZETH BASALLO		FECHA		
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	EL CHISPON					
1.2. Departamentos	CUNDINAMARCA					
1.3. Municipio	VERGARA					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	PUEBLO					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección\ Ubicación						
1.7. Teléfono				Fax		
1.8. Distancia (Desde el municipio mas cercano)	10 minutos					
1.9. Tipo de acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Ferreo <input type="checkbox"/>					
1.10. Indicaciones para el acceso						
1.11. Página web						
1.12. Correo electrónico						
2. CARACTERÍSTICAS : ALOJAMIENTO						
2.1. Código asignado						
2.2. Descripción	EL CENRRRO VACACIONAL EL CHISPON CUENTA CON UN AREA DE CAMPING,RESTAURANTE,PISCINA Y WIFI					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
					Fuente:	
CALIDAD DEL ATRACTIVO						
MATERIAL	INMATERIAL	FESTIVIDADES Y EVENTOS	GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS	SITIOS NATURALES		
Estado de conservación (21)	18 Colectiva (14)	Organización del Evento (30)	Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10)		
Constitución del Bien (21)	18 Tradicional (14)	Beneficios socioculturales (20)		Sin contaminación del Agua (10)		
Representatividad (28)	10 Anónima (14)	Beneficios Económicos (20)		Sin contaminación Visual (10)		
	Espontanea (14)			Sin contaminación Sonora (10)		
	Popular (14)			Estado de Conservación (10)		
				Diversidad (10)		
				Singularidad (10)		
TOTAL CALIDAD	46	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	TOTAL CALIDAD	
SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO						
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)	Nacional (18 puntos)	Internacional (30 puntos)		
TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)					52	
4. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS						
					Fuente:	
Clima			Tarifas			
Temperatura (En °C)			Viento (Km x Hora)			
Humedad (En %)			Precipitación (En mm)			
Horario			Acceso			
Días y horas de visita			Restringido	<input type="checkbox"/>		
			Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Visita exterior	<input type="checkbox"/>		
				<input type="checkbox"/> N/A		
			Entrada Libre <input type="checkbox"/> N/A			
			Adulto <input type="checkbox"/> Extranjeros <input type="checkbox"/>			
			Adulto Mayor <input type="checkbox"/> Socios <input type="checkbox"/>			
			Estudiantes <input type="checkbox"/> Grupos <input type="checkbox"/>			
			Niños <input type="checkbox"/> Tarifa única 50000			
			Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/>			
Estado del atractivo						
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales		Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos		
Satisfactorio <input type="checkbox"/>		Propio de.....; original y tradicional.		Evento de carácter.....; nivel de organización, contribuye a la integración comunitaria.		
Bueno <input checked="" type="checkbox"/>						
Regular <input type="checkbox"/>						
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>						
5. SERVICIOS						
Servicios que ofrece el atractivo						
<input type="checkbox"/> Tienda de Souvenirs		<input type="checkbox"/> Auditorio.		Capacidad pax _____		
<input type="checkbox"/> Salas temporales		<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante.		Especialidad _____		
<input type="checkbox"/> Capacitaciones, talleres, socializaciones		<input type="checkbox"/> Café - Cafetería				
<input type="checkbox"/> Biblioteca. Capacidad pax _____		<input type="checkbox"/> Parqueadero.		Capacidad _____		
<input type="checkbox"/> Audioguías. Idiomas _____		<input type="checkbox"/> Material promocional.		¿Cuál? _____		
<input type="checkbox"/> Guianza. Idiomas _____		<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____				
<input checked="" type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> N/A		
Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)			Elementos de seguridad			
<input type="checkbox"/> Rampas		<input type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Sistema ciegos		
<input type="checkbox"/> Ascensores		<input type="checkbox"/> Puertas		<input type="checkbox"/> Sistema sordos		
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		<input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> Cámaras de seguridad		
<input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> N/A		<input type="checkbox"/> Alarmas		
				<input type="checkbox"/> Vigilancia		
				<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		
				<input type="checkbox"/> Ninguno		
				<input type="checkbox"/> N/A		

Figura 26. Formato del atractivo turístico El chispo. (Autoría propia)

Tabla 3.

Resumen de inventarios turístico.

Tipo de atractivo	Nombre	Puntaje
Natural	Cascada el escobo	83
Natural	Ecoparque guayacundo	82
Prestador de servicio turístico		
Tipo	Nombre	Puntaje
Hotel	Villa maría	82
Hotel -restaurante	Hospedaje y Restaurante Donde Rosita	46
Hotel	Casa hotel la ceiba	62
Restaurante	Los ángeles	44
Restaurante	Medía luna	31
Bar	Oklahoma	76
Hotel	Hospedaje el turista	53
Hotel	Casa hotel mi tenampa	56
	El chispon	52

Nota. Autoría propia.

Capítulo II: Características del turismo de aventura del municipio de Vergara

Actividades y prestadores de servicio de turismo de aventura del municipio de Vergara

La práctica de este tipo de actividades de aventura varía de acuerdo a un factor principal el cual es el cambio climático ya que este puede afectar directamente al atractivo turístico bien sea por verano o invierno lo que puede implicar la no practica de esta actividad ya que puede ser riesgoso para el turista practicar este deporte en el que el atractivo no esté apto para dicha actividad.

Torrentismo.

Es un descenso en rapel el cual se practica por medio de la caída de torrentes de agua encascadas de gran altura esta actividad genera una gran adrenalina ya que el practicar este deporte se necesita de una altura considerable, este deporte no es considerado peligroso siempre y cuando se cuente con el equipamiento necesario y este supervisado por un instructor certificado.



Figura 27. Registro Fotográfico. (Autoría propia)

Canyoning.

Este tipo de actividad consiste en atravesar un camino de agua en contra de su corriente normalmente esta actividad se practica en quebradas ríos y cañones. En este deporte se atraviesan obstáculos de gran impacto, tales como: saltos al vacío, nado en pozos huecos, rápidos, escalada,

pero todos con la única intención de lograr ascender hasta la cumbre donde generalmente se practica el torrentismo.

Canopy.

Esta actividad es también conocida como tirolesa o tirolina básicamente consiste de una polea suspendida por cables que desplaza al turista de un lado a otro por medio de un declive. Para este tipo de actividad es necesario que el cable tenga la tensión adecuada ya que esta actividad no requiere de ningún esfuerzo ni acondicionamiento físico por parte del turista ya que es nuevo deporte de aventura que tiene como objetivo principal ofrecer una actividad única, y una experiencia ecológica muy diferente que consiste en no alterar el hábitat. Equipo necesario:

- Casco
- Guantes
- Poleas
- Arnesees
- Mosquetones

Trekking.

El trekking consiste en caminar por largos recorridos senderos, caminos, montañas quebradas sobre escenarios naturales cuyo fin principal es el contacto directo y cercano entre el turista y el medio ambiente, la flora y fauna. Este tipo de actividad no requiere de ningún acondicionamiento físico ya que tiene la ventaja de ser practicado por cualquier tipo de turismo.

Bungee Jumping.

Es un deporte que consiste en lanzarse al vacío desde una altura considerable, ya sea desde un puente, plataforma o grúa la persona es sujeta con cuerdas por los pies y la cintura con un elástico especialmente diseñado para este tipo de actividades. Equipo necesario:

- Arnés
- Mosquetones
- Guantes

Prestadores de servicio de turismo de Vergara Cundinamarca

Tabla 4.

Ficha técnica La Ruta del Tigre.

<i>Ficha Tecnica</i>	
	
<i>Nombre del Prestador</i>	<i>La Ruta del tigre</i>
<i>Propietario</i>	<i>Alex Salazar</i>
<i>Telefono de Contacto</i>	<i>3104819416</i>
<i>Direccion</i>	<i>Vereda el Tigre y La Vistosa</i>

Nota . Autoría propia.

Tabla 5.

Ficha Técnica Tiempo de Aventura - Colombia Verde.

<i>Ficha tecnica</i>	
	
<i>Nombre del prestador</i>	<i>Tiempo de Aventura-Colombia verde</i>
<i>Propietario</i>	<i>-</i>
<i>Telefono de contacto</i>	<i>3116447688</i>
<i>Direccion</i>	<i>Cr 47 No. 151 A - 07 Ap 301 Ed 6</i>
<i>Email</i>	<i>tiempodeaventuracv@gmail.com</i>

Nota. Autoría propia

Tabla 6.

*Ficha Técnica Jr Bungee****Ficha tecnica***

<i>Nombre del Prestador</i>	<i>Jr Bungee</i>
<i>Propietario</i>	<i>William salazar</i>
<i>Telefono de Contacto</i>	<i>320 9059000</i>
<i>Direccion</i>	<i>Calle 45# 55 - 12 Villavicencio</i>
<i>Email</i>	<i>jrbungeejumping@gmail.com</i>

Nota . Autoría propia

Perfil del turista del municipio de Vergara

Según Matos (2010), el perfil de los turistas va a estar dado por una serie de características que identifican a un grupo personas, a partir de las variables geográficas, demográficas, pictográficas y conductuales que los diferencian del resto. El mismo contribuye a que luego de su diseño y propuesta se creen productos turísticos concretos, de modo que se satisfagan las expectativas de la demanda y se rentabilicen los recursos y la oferta de servicios; igualmente se debe organizar y controlar el desarrollo de los productos turísticos definidos de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar; al mismo tiempo organizar, ejecutar y controlar actos y programas de comercialización turística encaminados a la consecución de los objetivos comerciales fijados y en conclusión evaluar la calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico de base territorial y su grado de aceptación.

El perfil del turista es el eje central de cualquier tipo de destino turístico ya que con base a las características del destino se crea un perfil del posible turista tomando en cuenta variables significativas como lo son el nivel socio económico y demográfico de los turistas este perfil nos facilita información vital para poder segmentar el mercado al cual se va dirigir entre estos esta conocer los gustos, preferencias, expectativas y así poder cumplir y generar expectativas al turista acerca del destino turístico.

Para poder continuar con la elaboración de este proyecto se analiza detenidamente que método cualitativo de recolección de información se debe utilizar y para esto se plantea como primera, y factible opción la técnica de investigación conocido como la encuesta.

La encuesta es una técnica de investigación en la cual se puede obtener resultados claros y concisos de acuerdo al objetivo del cuestionario realizado previamente con el fin de tener diferentes opinión y puntos de vista del turista para así realizar un análisis detallado para proceder a generar estrategias en el destino para cumplir las necesidades y generar expectativas ante el turista del destino.

Para poder conocer el perfil del turista del municipio de Vergara se realiza un trabajo de campo en el municipio con los visitantes del destino en el cual podemos observar el comportamiento del turista para así tener un concepto más claro y definir a que segmentación de mercado se puede enfatizar esta muestra se elabora de acuerdo a la información obtenida en la que se determina que la muestra para elaborar la encuesta es un total de 60 visitantes ya que en la actualidad no se ha generado un mayor flujo de turistas en el destino.⁴

Demanda turística.

La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado, como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Boullón, 2006)

Análisis e interpretación de encuestas realizadas del trabajo de campo

A continuación, se muestran el análisis y la interpretación que se realizó mediante tabulaciones de las encuestas que se realizaron a los turistas en Vergara Cundinamarca.

⁴ Anexo 3

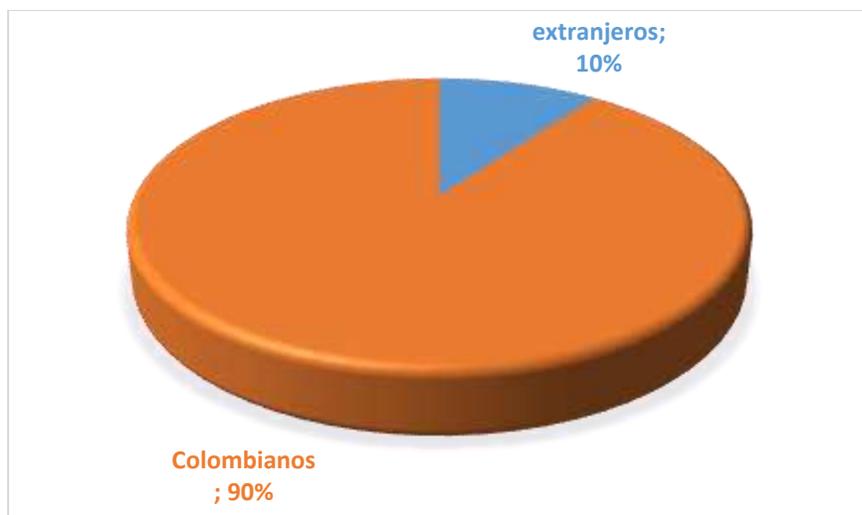


Figura 28. Nacionalidad. (Autoría propia)

Como bien sabemos el municipio de Vergara Cundinamarca está teniendo un boom turístico en estos últimos tiempos debido a que el pueblo se está interesando cada vez más en el tema del turismo ya que se han podido dar cuenta que este movimiento puede generar un nivel socioeconómico estable para el municipio siendo ellos los principales beneficiarios por este motivo el municipio como a poco ha sido reconocido a nivel nacional y en pocas ocasiones a nivel internacional ya que el municipio cuenta con una gran riqueza natural ; debido al trabajo de campo nos podemos dar cuenta que tenemos un flujo mayor de turistas receptivos del 90% y un flujo relativamente positivos de turistas extranjeros de un 10% esto indica de una u otra manera que el municipio tiene potencial y puede generar un movimiento con turistas extranjeros si se lo propone.

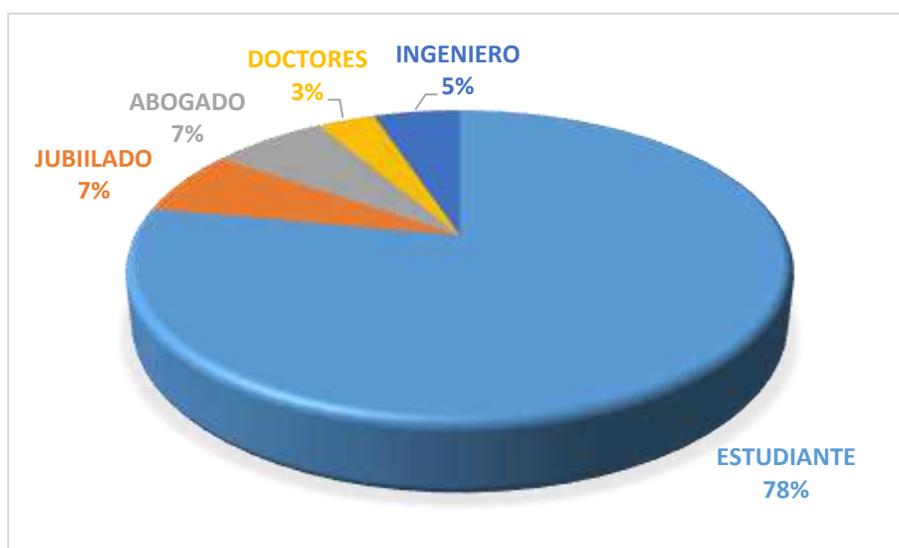


Figura 29. Profesión. (Autoría propia)

Para poder tener una segmentación de mercado más eficiente se realiza el análisis del tipo de turista que transcurren en el municipio generando una conclusión generalizada en la cual se determina que nuestro mayor mercado es el de los estudiantes bien sean de universidad o de colegio ya que podemos observar que este tipo de mercado tiende a utilizar de una forma más activa su tiempo libre y el realizar turismo extremo lo toman como una experiencia e inversión generando movimiento turístico positivo al municipio ya que tiene un movimiento del 78 % esto indicándonos que ese tipo de turista es el más fuerte a la hora de generar un desarrollo turístico en el municipio.

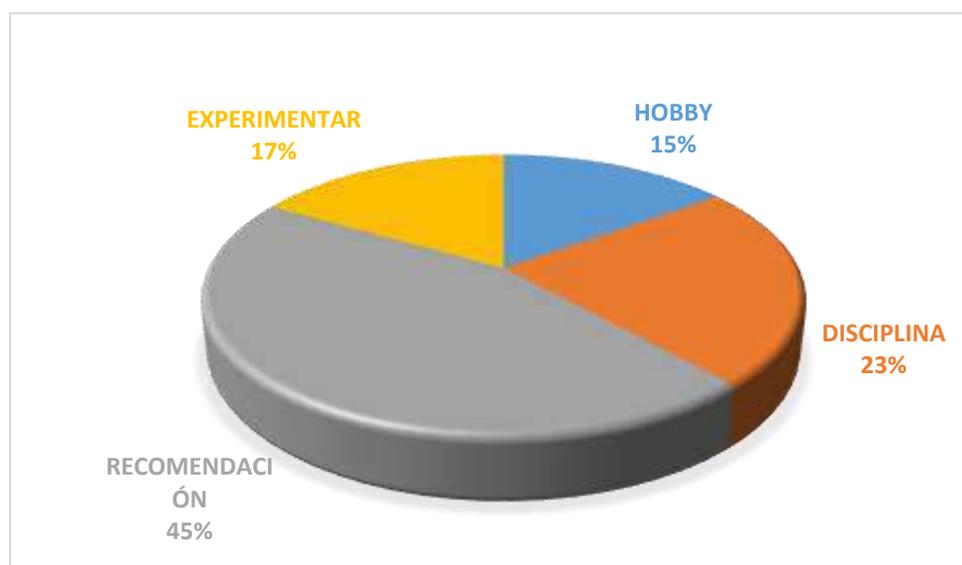


Figura 30. Impulso Inicial. (Autoría propia)

Partimos de una pregunta clave como lo es el impulso inicial para realizar diferentes tipos de actividades extremas concluyendo que tenemos un gran porcentaje del 45% que nos indica que el municipio es conocido por recomendaciones que en otros términos los conocemos como el voz a voz lo que está generando captación de nuevos mercados generando que el municipio cada vez tenga una mejor imagen y un mejor posicionamiento a lo tenido hace algunos años también podemos analizar que un 23% de los turistas realiza este tipo de actividades turísticas deportivas con un fin determinado que es mejorar su calidad de vida y su estado de salud lo cual nos puede ser de utilidad para entrar en el mercado fitness para generar más captación de turistas.

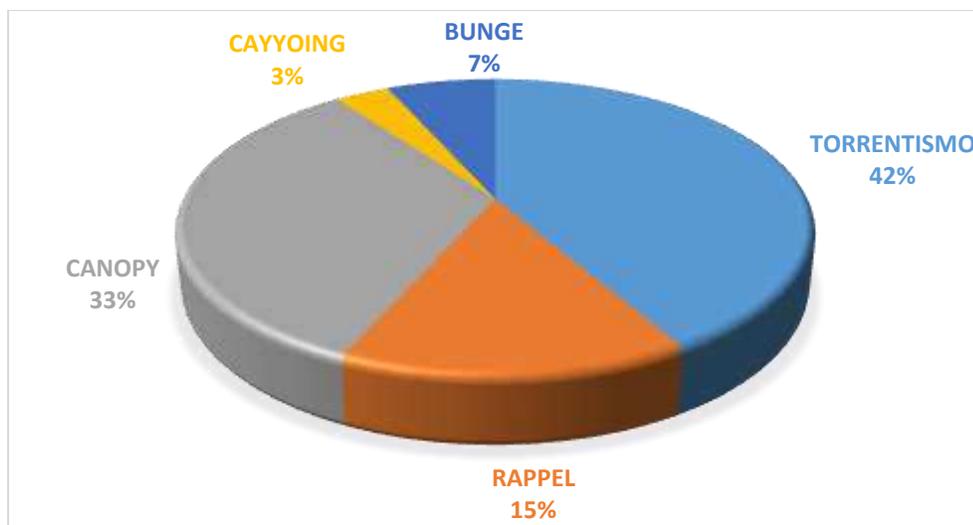


Figura 31. Actividad Preferida. (Autoría propia)

Debido a que el municipio de Vergara Cundinamarca cuenta con una favorable adquisición de recursos naturales e hídricos se pueden generar diferentes actividades de deporte extremo lo que nos genera reconocimiento como municipio natural en el trabajo de campo vemos notablemente que el 42% de los turistas se inclina más por los deportes de torrentismo y lo cual es una gran ventaja para el municipio ya que su adquisición hídrica es uno de los fuertes más importantes del municipio que generan este tipo de reconocimiento turístico.



Figura 32. Servicios complementarios deseados por el turista. Autoría propia.

Para poder obtener una recolección de información clara y concisa acerca de la necesidad que tiene el turista se le genera el interrogante de que servicio complementario le gustara disfrutar en el plan de deporte extremo obteniendo así la siguiente información : el 40% de los turistas les

gustaría realizar una visita al zoológico ya que les parece un poco más tranquila esta actividad con el fin de tener un contacto más estrecho entre la naturaleza y el turista ya que es la mejor opción después de un esfuerzo físico mental como el pasado en las actividades de deporte extremo.

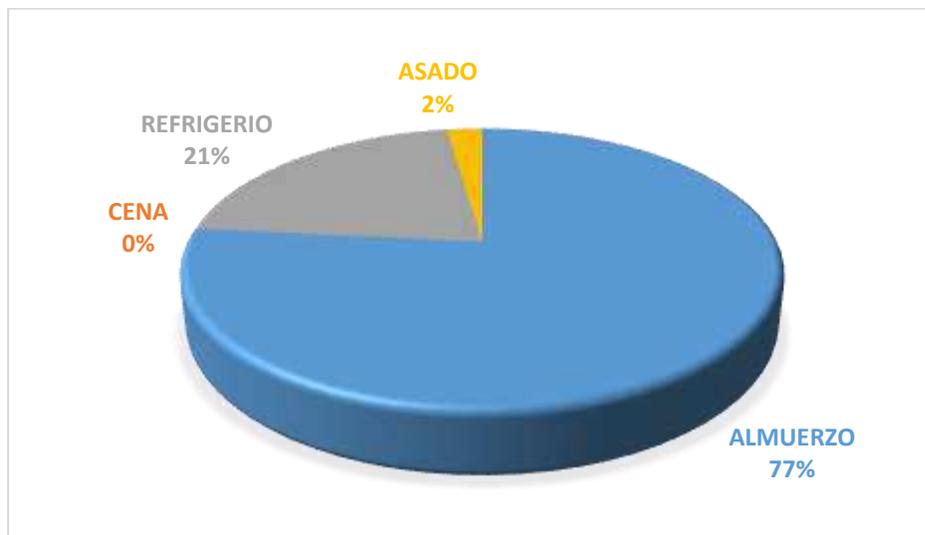


Figura 33. Alimentación preferida por el turista. Autoría propia.

Como todo plan turístico tiene un itinerario se le quiso preguntar al turista que opción de alimentación prefiere a la hora de visita el municipio, el resultado arroja que un 77% de turistas del municipio de Vergara prefieren incluir en su plan el almuerzo esto con el fin de hacerle el plan más cómodo y sin complicaciones al turista cumpliendo sus necesidades y generándole cada vez más expectativas del municipio.

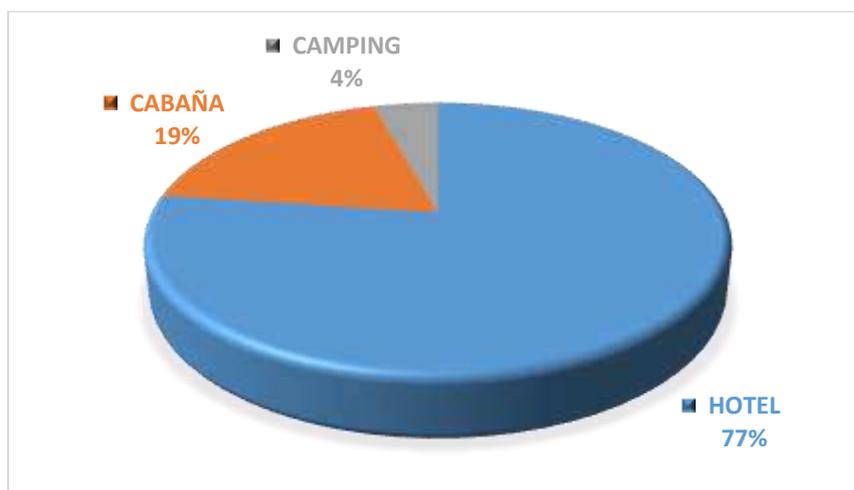


Figura 34. Preferencia de Alojamiento. (Autoría propia)

Para poder cumplir con la necesidad del turista actual y el futuro se pregunta qué tipo de alojamiento prefiere a la hora de hospedarse en el municipio y el resultado arroja que el 77% de

los turistas prefieren hospedar en un hotel como que cumpla con todas sus necesidades sin necesidad de desplazarse de un lugar a otro; el 19% prefiere emplear su hospedaje en una cabaña más tranquila y que cumpla con sus necesidades básicas y el otro 4% optan por el camping ya que les parece un mejor contacto con la naturaleza generando paz y armonía en su estadía en el municipio.

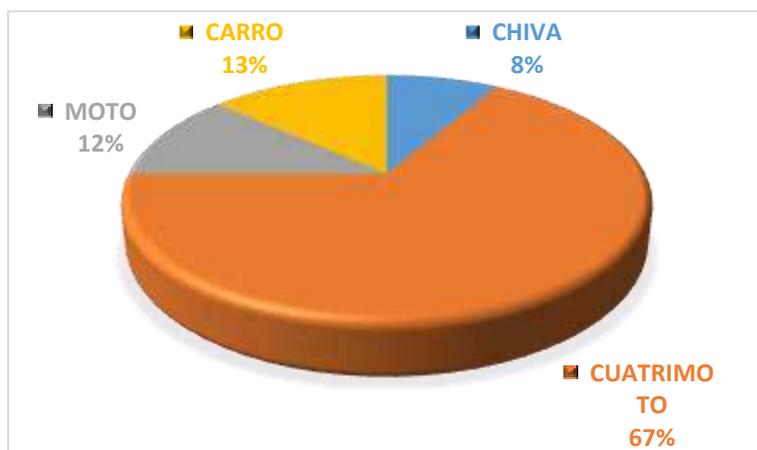


Figura 35. Medios de transporte preferidos. (Autoría propia)

El turista para poder realizar su itinerario de actividades de turismo extremo se tiene que desplazar de diferentes puntos motivo por el cual se pregunta por qué medio de transporte desearía moverse para llegar a estos puntos y se obtiene que el 67% de los turistas prefieren desplazarse en cuatrimoto ya que se complementa con la línea de turismo que se está manejando ,el 13% optan por llegar en carro por comodidad ,el 8% prefieren desplazarse en chiva ya que nunca lo han experimentado y al 12% les parece más conveniente desplazarse en moto a estos lugares ya que hay partes que no están aptas para vehículos grandes.

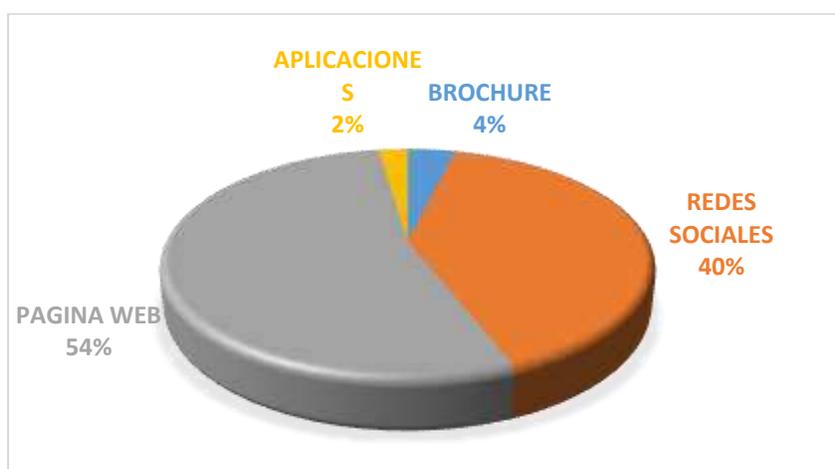


Figura 36. Medios de información turística. (Autoría propia)

Para poder analizar la forma de captar nuevos turistas y generar un mayor flujo de estos en el municipio se pregunta por que medio de comunicación le gusta recibir información turística a lo que el 56% responde que les parece más práctico localizar una página web oficial del municipio donde se encuentre toda la información necesaria; el 40 % prefiere obtener información por las redes sociales ya que permaneces activos en estas y les llega la información de primera mano; y el otro 2% prefieren aplicaciones y el 4% brochure ya que esta es una información más clásica.



Figura 37. Presupuesto favorable para el turista. (Autoría propia)

Para determinar claramente a qué tipo de mercado se va a tener un enfoque principal se quiso preguntar del nivel socioeconómico con el que cuenta los turistas al visitar el municipio y estos fueron los resultados: el 69% pagarían por un plan entre \$100000 y 150000 ya que les parece un precio justo; el otro 16% entre 50.000 y 100.000; el 13%entre 150.000 y 200.000 y a el 2% no le interesa el precio.

Análisis general de perfil del turista

El perfil del turista es una caracterización u segmentación el cual se basa en variables demográficas y socioeconómicas del turista el perfil nos permite reconocer los gustos, preferencias y necesidades a satisfacer; Como se puede observar anteriormente se elabora un trabajo de campo con los turistas que realizan deporte extremo en el Municipio de Vergara Cundinamarca generando un análisis diagnóstico del perfil del turista que frecuenta el municipio y realiza actividades de turismo extremo.

Según la información obtenida nos damos cuenta que el turismo extremo en el municipio de Vergara es realizable por diferentes tipos de segmentos de mercado ya sea por diferencia

económica, social, cultural, y profesional pero aún se observa que nuestro mercado potencial son los estudiantes universitarios.

Esto es debido al manejo promocional que se ha generado en el municipio en los últimos tiempos el cual se ha movido y promocionado en gran parte a todo lo que son redes sociales generando así una captación de mercado influyente masivo y favorable para el flujo de turistas en el municipio razón por la cual el destino debe implementar todo sistema turístico ya que su demanda es mucho más fuerte que su oferta.

Otro punto a destacar es el manejo de segmentación del mercado que está obteniendo el municipio ya que la captación de turistas es de un rango joven lo que nos exige ser un municipio innovador siempre a la vanguardia del movimiento turístico actual esto es debido a que el tipo de turismo que se está manejado pide mucho más exigente a la hora de generar un plan de marketing ya que este debe ser cambiante a medida de la necesidad del turista actual.

Capítulo III: Estrategia de desarrollo de turismo en el municipio de Vergara

Cundinamarca

DOFA

El DOFA es una de las herramientas más importantes y útiles para analizar y tener una visión más clara de la situación del cual de cualquier tipo de tema a tratar, esta radica en realizar un diagnóstico real en que expresa dudas como ¿Cómo estamos? Y ¿Cómo vamos? Generando uno de los principales elementos que s partiendo de este diagnóstico genera una toma de decisiones respecto a los resultados obtenidos; esta nos muestra claramente cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que, al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

Cuando conocemos nuestras oportunidades, tenemos claro hacia dónde va dirigido nuestros recursos y esfuerzos, de manera tal que podamos aprovechar esas oportunidades antes de que desaparezcan o antes de que alguien más las aproveche.

Al conocer nuestras fortalezas, al saber qué es lo que mejor hacemos, podemos diseñar objetivos y metas claras y precisas, que pueden estar enfocadas para mejorar nuestras debilidades y/o para aprovechar nuestras oportunidades. Cuando tenemos claro qué es lo que sabemos hacer, cuando sabemos en qué nos desempeñamos mejor, podemos ver con mayor facilidad las oportunidades, o podemos automáticamente analizar casi de inmediato nuestras debilidades.

Y Por último tenemos las amenazas en las que se debe ser capaces de identificar, de anticipar las amenazas, Si no se conoce una amenaza, es muy poco probable saber cómo reaccionar frente a esta, es por este motivo que la matriz DOFA es un eje fundamental para este trabajo.

Tabla 7.
DO

Debilidades	Oportunidades
<i>Se dificulta la entrada al municipio por el mal estado de las vías</i>	<i>Mejora y ampliaciones en infraestructura.</i>
<i>No hay ningún tipo de apoyo del municipio por parte del turismo</i>	<i>El municipio puede llegar a ser reconocido turísticamente para deporte extremo</i>
<i>El municipio aledaño es conocido como turismo de aventura</i>	<i>El análisis realizado por el trabajo de campo muestra detalladamente el crecimiento de la actividad turística y las preferencias del turista sobre municipio para practicar el deporte extremo</i>
<i>Falta de superestructura turística</i>	<i>Se puede generar un movimiento de posibles inversionistas que deseen promover el turismo extremo</i>
<i>No existe buena comunicación por parte de las entidades turísticas entre ellas el municipio no ve desarrollo socioeconómico por parte del área de turismo</i>	
<i>Falta de relaciones intersectoriales que potencian el desarrollo turístico</i>	
<i>Escasa relación con las entidades del sector turístico</i>	
<i>Falta de formación del recurso humano del municipio</i>	

Nota. Autoría propia.

Tabla 8.
FA

Fortaleza	Amenazas
<i>Cuenta con una variedad de Atractivos naturales</i>	<i>Aumento de la competencia indirecta.</i>
<i>La infraestructura es atractiva y acorde con el tipo de turismo a realizar</i>	<i>Aumento de la competencia directa tiene gran posicionamiento como municipio de deporte extremo</i>
<i>Cuenta con una excelente estrategia de publicidad</i>	<i>Carencia de organización sectorial</i>
<i>Precios más bajos que la competencia</i>	
<i>Los habitantes del municipio con el tiempo se han dado cuenta que el turismo es una fuente de ingreso factible</i>	

Nota. Autoría propia

Tabla 9.

Debilidades del municipio de Vergara

Debilidades	Estrategias	Acciones
<i>Se dificulta la entrada al municipio por el mal estado de las vías</i>	<i>Mejorar estado de las vías</i>	<i>Realizar contrataciones</i>
	<i>Realizar mantenimientos preventivos a las vías</i>	<i>Pavimentar las vías</i>
	<i>Establecer el sector turismo como factor de ingreso económico al municipio</i>	<i>Presentación formal del turismo a los prestadores del municipio</i>
<i>No hay ningún tipo de apoyo del municipio por parte del turismo</i>	<i>Establecer superestructura del municipio</i>	<i>Tener una relación con la alcaldía para la organización de la súper estructura</i>
	<i>Innovar en el mercado</i>	<i>Realizar mejoras en el servicio</i>
<i>El municipio aledaño es conocido como turismo extremo (Nimaima)</i>	<i>Analizar la competencia</i>	<i>Estudiar la competencia para ver las debilidades y oportunidades que tiene Vergara</i>
	<i>Crear una superestructura sólida en el municipio</i>	<i>Establecer una oficina de turismo</i>
<i>Falta de superestructura turística</i>	<i>Alianzas estratégicas entre los prestadores turísticos</i>	<i>Dinamizar el Plan de Desarrollo Turístico del Municipio</i>
	<i>Ingresos socioeconómicos al municipio por parte del turismo</i>	<i>Crear relaciones entre los operados turístico por medio de eventos sociales</i>
<i>Falta de asociatividad entre entes turísticos</i>	<i>Generar un servicio de calidad</i>	<i>Crear un flujo de turistas notable en el municipio</i>
	<i>Crear el principio de calidad</i>	<i>Capacitaciones a los operadores</i>
<i>Falta de formación del recurso humano del municipio</i>	<i>Establecer controles reguladores de calidad de los prestadores</i>	
	<i>Tener relaciones beneficiosas para el municipio.</i>	<i>Creando movimiento social del municipio</i>
<i>Escasa relación con las entidades del sector turístico</i>	<i>Dar a conocer el municipio ante el sector turístico</i>	<i>Establecer un portafolio de servicio con que cuenta el municipio</i>

Nota. Autoría propia.

Tabla 10.

Oportunidades del municipio de Vergara.

<i>Oportunidades</i>	<i>Estrategias</i>	<i>Acciones</i>
<i>Mejora y ampliaciones en infraestructura y estructura</i>	<i>Mejoramiento de prestadores de servicio</i>	<i>Realizar un análisis de los prestadores turísticos y detectar puntos críticos</i>
	<i>Creación de nuevos atractivos turísticos</i>	<i>Analizar el POT para posibles proyectos</i>
<i>Llegar a ser reconocido turísticamente para deporte extremo</i>	<i>Relaciones públicas con entes del mismo gremio</i>	<i>Estar presente en eventualidades turística de cualquier nivel</i>
	<i>Ser llamativos para el mercado objetivo</i>	<i>Crear una publicidad agresiva para el mercado</i>
<i>Crecimiento de la actividad turística y las preferencias del turista sobre el municipio para practicar el deporte extremo</i>	<i>Conocer las necesidades concretas del turista a satisfacer</i>	<i>Realizar una investigación enfocada al mercado objetivo</i>
	<i>Implementar prestadores de servicio</i>	<i>Realizando capacitaciones a los prestadores de acuerdo a su servicio</i>
<i>Se puede generar un movimiento de posibles inversionistas que deseen promover el turismo extremo</i>	<i>Resaltar los atractivos del municipio</i>	<i>Crear un portafolio del municipio de Vergara</i>
	<i>Presentar un proyecto potencial para el municipio</i>	<i>Realizar un proyecto innovador que cautive al inversionista</i>

Nota. Autoría propia.

Tabla 11.
Fortalezas del municipio de Vergara.

<i>Fortalezas</i>	<i>Estrategias</i>	<i>Acciones</i>
<i>Cuenta con una variedad de Atractivos naturales</i>	<i>Potencializar atractivos naturales representativos del municipio</i>	<i>Diseño de promoción turística</i>
	<i>Preservar y cuidar los recursos naturales</i>	<i>Plan de protección y cuidado del recurso natural</i>
<i>La infraestructura es atractiva y acorde con el tipo de turismo a realizar</i>	<i>Destacar cada uno de los atractivos establecidos por el inventario turístico</i>	<i>Diseño de un brief del municipio</i>
	<i>Enfocar al municipio a un tipo de turismo especializado</i>	<i>Generan una marca turística especializada en el turismo de deporte extremo</i>
<i>Cuenta con una excelente estrategia de publicidad</i>	<i>Generar publicidad masiva de acuerdo al enfoque del mercado</i>	<i>Intensificar publicidad por la mayor parte de los medios de comunicación actuales</i>
	<i>Estar presentes en vitrinas turísticas</i>	<i>Creación de una propuesta innovadora para la presentación en la vitrina turística</i>
<i>Precios más bajos que la competencia.</i>	<i>Destacar el municipio por su calidad y accesibilidad económica</i>	<i>Dar a conocer al municipio como destino turístico</i>
	<i>Generar un turismo masivo</i>	<i>Alianzas estratégicas entre operadores turísticos</i>

Nota. Autoría propia.

Tabla 12.

Amenazas del municipio de Vergara

<i>Amenazas</i>	<i>Estrategias</i>	<i>Acciones</i>
<i>Aumento de la competencia indirecta.</i>	<i>Innovar y desarrollar nuevos productos</i>	<i>Análisis y creación de nuevos productos enfocados a las necesidades de actuales y futuros mercado</i>
	<i>Expandir a nuevos mercados</i>	
<i>Aumento de la competencia directa; tiene gran posicionamiento como municipio de deporte extremo (Nimaima)</i>	<i>Creación de marca turística</i>	<i>Diseñar una marca</i>
	<i>Movimiento de campaña publicitaria</i>	<i>Ejecutar plan de marketing</i>
	<i>Posicionamiento y atributos del municipio de Vergara</i>	<i>Estudiar el mercado objetivo</i>
<i>Carencia de organización sectorial</i>	<i>Establecer una estructura organizacional sectorial del municipio</i>	<i>Establecer una relación entre entes turísticos público –privado del municipio para definir una estructura organizacional</i>
	<i>Realizar una investigación comercial del sector turístico del municipio</i>	

Nota. Autoría propia

Propuesta plan de desarrollo turístico

Estrategia # 1 complementar la superestructura turística del municipio de Vergara.

Tabla 13.

Estrategia # 1

<i>Problemática</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acción</i>
<i>Falta de superestructura turística</i>	<i>de Crear una superestructura sólida en el municipio</i>	<i>Establecer la Oficina de Turismo. Dinamizar el Plan de Desarrollo Turístico del Municipio.</i>

Nota. Autoría propia

Superestructura.

La súper estructura turística es el conjunto de todos los organismos público-privados que regulan y fomentan la actividad turística generando una organización entre estos mismos con el objetivo de prestar un servicio íntegro y de calidad; por esta razón decimos que la superestructura turística es de vital importancia para el desarrollo del turismo de cualquier destino logrando así un desarrollo equilibrado y sostenible entre los atractivos turísticos y la planta turística.

(Para Roberto C. Boullón1990), los diferentes tipos de empresas pueden clasificarse en las siguientes siete categorías:

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento
- Deportes
- Comercios de artículos típicos o souvenirs
- Transportes
- Agencia de viajes

Los cinco primeros tipos y categorías atienden a la demanda de turismo interno y receptivo, y se localizan en los centros turísticos. Los dos restantes prestan servicios tanto al receptivo como interno y egresivo, operando como plaza de mercado emisora de turistas o en los centros turísticos.

Características.

Como se explica anteriormente la súper estructura es el conjunto de entidades público-privada que fomentan el desarrollo del turismo estas se dividen por organizaciones las cuales serán explicadas detalladamente a continuación:

Organización gubernamental.

- Organismo Nacionales de Turismo: son todos aquellos que parten de una administración pública los cuales ejecutan una política turística.
- Instituciones Gubernamentales De Apoyo: son todos aquellos organismos constituidos por ley creados por el estado con un fin determinados como la promoción y el desarrollo turístico entre otros.
- Organizaciones Internacionales: se crean enfocadas a la regulación de la actividad turística basado en un fomento internacional.

Organización no gubernamental.

- Asociaciones profesionales: agrupación de prestadores de servicio turístico, tanto en conjuntos como tipos de empresas.
- Asociaciones de usuarios: es la agrupación de los sujetos turísticos que complementan el desarrollo del turismo.
- Asociaciones Internacionales: se integran con las asociaciones nacionales, de prestadores de servicio o usuarios, cuando estas se agrupan internacionalmente.

Plan sectorial de turismo.

El plan sectorial de turismo establece objetivos estratégicos para el plan de desarrollo turístico basando en unos pilares a destacar, para este proyecto se elegirá el pilar más conveniente y favorable para este:

Pilar 1: competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial.

Se crea con el fin de fomentar el desarrollo competitivo y sustentable de la industria turística a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural, cultural y la innovación en los productos y servicios que se ofertan en las distintas regiones y territorios de Colombia.

Ley 1558 planeación turística.

Esta ley tiene por objeto el desarrollo, competitividad y la regulación de la actividad turística a través de los mecanismos necesarios para el desarrollo sostenible y sustentable de la actividad turística, a continuación, se explicarán los principios de la ley que beneficia al proyecto:

- Concertación: en virtud de cual las decisiones y actividades del sector se socializan en acuerdos para asumir entre todos responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes con el fin de obtener un objetivo en común que beneficie al turismo y a los entes relacionados.

- **Coordinación:** en la cual todas las entidades que integran el sector turismo deberán trabajar de una manera coordinada y equilibrada a la hora de ejercer sus funciones.
- **Descentralización:** La actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del estado en sus áreas competitivas.
- **Planeación:** En la cual toda actividad turística deberá ser desarrollada de acuerdo al plan sectorial de turismo.
- **Fomento:** El estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas en todo el territorio nacional.
- **Facilitación:** todos los organismos relacionados con la actividad turística simplificarán los trámites y procesos que el consejo superior identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo.
- **Desarrollo social, económico, y cultural:** El turismo es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral.
- **Competitividad:** El desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística.

Oficina de turismo.

La oficina de turismo del municipio de Vergara es aquel espacio que debe tener cualquier destino turístico que puede generar alternativas productivas de manera sustentable con el fin de potenciar el desarrollo económico social de sus habitantes.

- **Misión:** Fortalecer el turismo de una manera sostenible logrando la acción coordinada y armónica de los entes público-privados con el fin de consolidar la actividad turística como una oferta fuerte y de alto nivel competitivo que sea capaz de generar flujos turísticos positivos
- **Visión:** Consolidar al municipio de Vergara como destino turístico del departamento de Cundinamarca.
- **Funciones:** Asesorar al alcalde y al consejo municipal en materia de turismo, elaborar políticas, planes, programas y proyectos específicos enfocados al desarrollo y promoción del turismo del municipio, implementación del plan de desarrollo turístico, mantener asociatividad con el sector público-privado a nivel nacional, local y regional, coordinar con el sector público-privado cualquier tipo de evento que esté relacionado con el desarrollo del turismo.

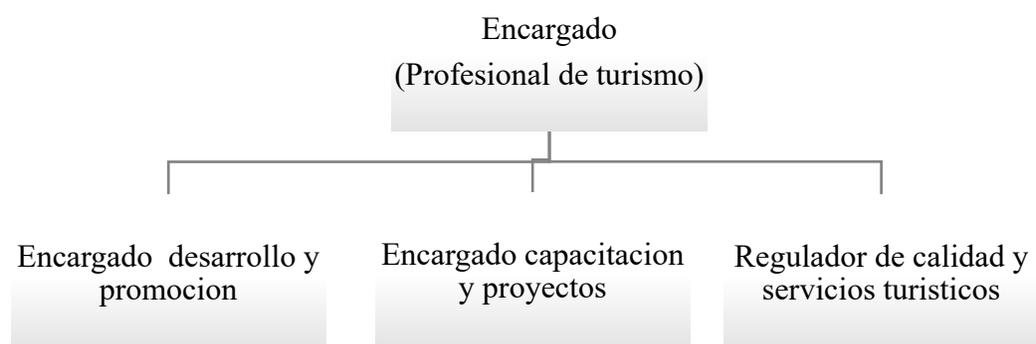


Figura 38. Organigrama de oficina de turismo del municipio de Vergara. Autoría propia.

Funciones del profesional de turismo.

- Evalúa la oferta del mercado turístico dl municipio
- Analiza la evolución del mercado turístico nacional e internacional
- Colabora en las estrategias de promoción y desarrollo turístico
- Coordina y supervisa la labor de las demás áreas turísticas

Funciones de desarrollo y promoción.

- Contrata y coordina campañas publicitarias
- Investiga y diseña nuevos productos
- Analiza las oportunidades del mercado
- Estudia la segmentación del mercado

Funciones de capacitaciones y proyectos.

- Analizar y determinar factibilidad de proyectos
- Gestionar ejecución de proyectos propuesto
- Capacitar a los prestadores de servicio en calidad
- Crear nuevos proyectos para el desarrollo del turismo

Funciones de calidad y servicios turísticos.

- Realización de control de calidad
- Registro de los entes turísticos público –privados
- Coordina y supervisa la labor de todos los entes público –privados
- Control de documentación legal de los prestadores de servicio

Tabla 14.

Presupuesto.

<i>Presupuesto</i>	
<i>Salario</i>	
<i>Mobiliario</i>	
<i>Papelería</i>	<i>\$180.000.000</i>
<i>Capacitación</i>	

Nota. Autoría propia

Plan de desarrollo turístico y sus características. Para el turismo es de vital importancia tener una adecuada planificación turística del municipio si desea llegar a obtener una posición en el mercado como destino turístico del que se pueda obtener ingresos económicos que contribuyan de manera positiva al Municipio generando un desarrollo turístico favorable que considere : Amplia convocatoria a todos los agentes sociales y económicos presentes en el Municipio especialmente a las empresas privadas, estableciendo compromisos de cada una de las partes: inversión en infraestructura del sector público y municipal y desarrollo de productos del sector privado.

Características.

- Identificación y priorización de los atractivos turísticos que se encuentran en la localidad en función de las tendencias y demanda del mercado turístico, para lo cual se realiza un análisis producto/mercado.

- Determinación de la posición turística actual, estableciendo un análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) que permita contar con un diagnóstico de la situación real del Municipio.
- Elaboración de las diferentes políticas y estrategias que deben implementarse para obtener los objetivos previamente delimitados.
- La definición de un Plan de Trabajo que coordine las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico y supongan la diferencia entre obtener un producto competitivo o un producto mediocre que tienda a desaparecer con el tiempo.

Beneficios.

- Promoción del turismo hacia la localidad. · Generación de mayores ingresos y empleos a la población.
- Incremento ingresos municipales por mayores tasas, licencias y derechos. ·
- Posicionamiento de la localidad a nivel nacional e internacional
- Estructuración del desarrollo turístico establecido
- Creación de proyectos innovadores

Autoridades de planeación.

- El alcalde: Es el orientador de la planeación municipal.
- El Consejo de Gobierno o Dependencias Equivalentes.
- El Departamento de Planeación Desarrolla las orientaciones de planeación impartidas por el alcalde.
- Las demás Secretarías
- El Concejo Municipal
- El Consejo Territorial de Planeación.

Tabla 15.
Planeación turística.

<i>Problemática</i>					
<i>Falta de super estructura turística</i>					
<i>Estrategia</i>	<i>Proyecto</i>	<i>Meta</i>	<i>Fecha inicio</i>	<i>Fecha final</i>	<i>Presupuesto</i>
<i>Implementar la super estructura turística del municipio de Vergara</i>	<i>Documentar y oficializar el inventario turístico del municipio de Vergara</i>	<i>Establecer el inventario como principal apoyo para diferentes proyectos a realizar</i>			
	<i>Establecer policías de turismo de turismo</i>	<i>Atender labores de información turística, orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten.</i>	<i>Julio</i>	<i>Junio</i>	<i>\$20`000.000</i>
	<i>Crear puntos divulgación turística en el municipio</i>	<i>Brindar de manera gratuita, a los visitantes nacionales y extranjeros y a los residentes, información turística sobre el municipio</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	
	<i>Proponer planes de desarrollo turístico factible para el municipio y sus habitantes</i>	<i>Innovar en el mercado turístico</i>			

Nota, Autoría propia.

Estrategia # 2 realizar alianzas estratégicas entre los prestadores de servicio.

Tabla 16.

Estrategia 2

<i>Problemática</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
<i>Falta de asociatividad entre operadores turísticos</i>	<i>Generar alianzas estratégicas entre los prestadores turísticos</i>	<i>Diseño del micro clúster a partir de la participación de los prestadores de servicios turísticos. Integración con otros municipios.</i>

Nota. Autoría propia.

Microclusters. El micro clúster es el conjunto de prestadores de servicio de un destino turístico determinado con el fin de crear una alianza entre estos mismo obteniendo resultados económicos favorables tanto para el prestador como para el destino ya que los dos se verán beneficiados de la misma manera generando así una oportunidad ya que al ser una alianza se crea un mejor servicio al turista cumpliendo con las necesidades del turista para así poder crear una expectativa ante él ; para este tipo de micro clúster es necesario que el conjunto de prestadores de servicio se complementen de una manera equilibrada generando una competencia sana que sea beneficiosa para todos ya que al tener una oferta estructurada complementaria y con buenas bases crea una demanda mucho mayor que la obtenida anteriormente y el flujo de turistas va a ser positivamente notorio y siendo esta una oportunidad excelente para el desarrollo turístico municipal por el cual se obtiene un nivel económico fructífero para todos estableciendo el turismo como una de las principales fuentes de ingreso del municipio.

Este a su vez genera una serie de ventajas a nivel regional como a nivel local ya que es la manera más beneficiosa para el destino de generar un desarrollo turístico sostenible porque los entes aliados van a un meta en común lo que hace que su esfuerzo ,trabajo y dedicación giren en torno al mismo objetivo de una manera conjunta no individual en la cual todo el micro clúster genera ganancias por igual y al mismo tiempo está generando una marca turística de calidad en el destino impulsando así el turismo y sus propias empresas generando factibilidad y sostenibilidad .

Ventajas del Micro clúster:

- Crea alianzas estratégicas para el desarrollo del turismo
- Genera una fuente de ingresos económicos tanto para el prestador como para el municipio

- Genera una marca turística de calidad

- Crea un impacto de desarrollo turístico de una manera factible y sostenible

- Genera posibilidades competitivas alrededor del desarrollo turístico

- Crea un enfoque común

Debido a lo mencionado anteriormente se planea que este tipo de micro clúster sea una oportunidad para la solución de la problemática de este proyecto.

Tabla 17.

Planeación turística.

<i>Planeación turística del municipio de Vergara</i>						
<i>Problemática</i>						
<i>Falta de asociatividad entre prestadores turísticos</i>						
<i>Estrategia</i>	<i>Proyecto</i>	<i>Meta</i>	<i>Fecha inicio</i>	<i>Fecha final</i>	<i>Presupuesto</i>	
	<i>Realizar convocatorias entre prestadores turísticos</i>	<i>Establecer una asociatividad entre los estos para generar desarrollo turístico en el municipio</i>			<i>Sujeto a la alianza que hay con las entidades privadas que no exceda el %del total de la licitación (licitación mixta) preferiblemente con entrada de formación superior</i>	
<i>Realizar alianzas entre las entidades públicas y privadas</i>	<i>Establecer principios de asociatividad turística</i>	<i>Tener un desarrollo turístico equilibrado para los prestadores de servicio</i>	<i>Julio 26 2016</i>	<i>Julio 26 2017</i>		
	<i>Realizar acuerdos entre prestadores publico privados</i>	<i>Obtener un beneficio mutuo tanto para el prestador como para el municipio</i>				

Nota.Fuente Propia

Estrategia #3 mejorar amiento en la prestación de servicios turísticos.

Tabla 18.

Estrategia 3

<i>Problemática</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
<i>Calidad</i>	<i>Mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos.</i>	<i>Capacitación Evaluación y control del servicio turísticos.</i>

Nota. Autoría propia

Calidad del servicio. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

La calidad del turismo es un conjunto de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto, puede hacerse desde una perspectiva individual (calidad del entorno, calidad de un hotel, etc.) o desde una perspectiva general, calidad del transporte, calidad del destino turístico.

Certificado de calidad turística. El certificado de calidad turística es una marca de certificación reconocida por la superintendencia de industria y comercio que puede portar cualquier empresa o entidad siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos con su reglamento de uso.

Según el Min Tic el objetivo de los procesos de calidad en materia turística consiste en crear una cultura de excelencia en la prestación de los servicios turísticos a los consumidores, el Certificado de Calidad Turística se convierte en una herramienta de promoción y reconocimiento, que redundará en el crecimiento y fortalecimiento de la industria turística.

Tabla 19.

Planeación turística

Problemática					
<i>Calidad de servicios turísticos del municipio Vergara</i>					
Estrategia	Proyecto	Meta	Fecha inicio	Fecha final	Presupuesto
<i>Mejorar las calidades en la prestación de servicio turísticos</i>	<i>Establecer principios de calidad de servicio</i>	<i>Estandarizar la calidad del servicio del prestador</i>	<i>Julio 2016</i>	<i>Enero 2017</i>	<i>Se trabaja un presupuesto base de 10% al valor presente con el ánimo de involucrar en el desarrollo del proyecto a una entidad de formación superior especializada en turismo</i>
	<i>Realizar formatos de control basados en la norma de calidad</i>	<i>Controlar la calidad del servicio para realizar respectivas mejoras</i>			
	<i>Realizar capacitaciones a los diferentes prestadores turísticos según su área</i>	<i>Tener un nivel de calidad óptimo para el servicio al cliente por parte del prestador</i>			
	<i>Realizar reuniones con los prestadores de servicio periódicamente</i>	<i>Tener una estrecha relación entre prestadores para darle soluciones a posibles problemáticas durante el servicio</i>			

Nota. Autoría propia

Conclusiones

Vergara Cundinamarca es un gran potencial enfocado al turismo extremo ya que su principal atractivo es natural y puede servir como punto de partida para el desarrollo turístico del Municipio creando así un flujo de turistas positivo para este.

Se puede evidenciar un desarrollo turístico por parte del municipio y sus habitantes ya que estos observan que el turismo puede llegar a ser una fuente de ingreso tanto para el municipio como para sus habitantes.

Vergara puede llegar a crear un turismo sostenible favorecedor que puede ser trabajado de una manera adecuada para establecerse como destino turístico.

Debido a su número de prestadores turísticos hoteleros se puede generar una mayor oferta creando un servicio de calidad masivo ya que cuenta con cuatro hoteles de gran capacidad.

Vergara Cundinamarca es un municipio altamente aprovechable como destino turístico ya que cuenta con una infraestructura parcialmente innovadora que puede entrar de una manera positiva al mercado turístico regional.

La cascada el escobo es una riqueza y atractivo natural del municipio de Vergara que puede ser principal producto turístico del municipio ya que de este atractivo se puede partir para diferentes ofertas turísticas enfocadas al turismo de aventura.

El turismo de aventura hoy en día es un boom para el sector ya que en la actualidad se evidencia la necesidad del turista con la interacción con el medio ambiente esto es debido a la era tecnológica que se está empleando en el mundo lo cual impide poca relación entre la naturaleza y el ser humano.

El sector turismo es un área cambiante en la cual se va generando a medida del tiempo diferentes necesidades del turista lo cual exige a cualquier destino turístico ser innovador y siempre pensar en la necesidad a suplir del turista de la actualidad.

Referencias

- Angeles, E., & Munch, L. (1993). En *Metodo y tecnicas de investigación*. Mexico: Trillas.
- Blanco, M. (2008). En *Guia para la elaboración del plan de desarrollo turitico de un territorio*. Costa Rica.
- Boullón, R. C. (2006). *Espacio Turístico*. México: Trillas.
- De la Torre Padilla, O. (1980). En *El turismo: fenómeno social. Fondo de cultura económica*.
- Goeldner, C., & Ritchie, B. (2011). En *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley.
- Hammen, T. v. (1998). En *Plan ambiental de la cuenca alta del río Bogotá: análisis y orientaciones para el ordenamiento territorial*.
- Kagermeier, A. (2001). En *German Research in transport geography: life in the space between objective analysis and political advice*.
- Kogut, B. (1985). En *Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value Added Chains*. Sloan Management Review.
- Larrain, F., & Sachs, J. (2002). En *Macroeconomia en la economia global*. Argentina: Pearson Prentice Hall.
- OMT. (2000). *Unwto*. Obtenido de Unwto: <https://www.unwto.org/es>
- Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. En M. E. Porter, *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: (Vol. 1025).
- Sectur, Cestur. (2002). *Estudio estratégico de viabilidad de turismo cultural*. Mexico.

Anexos

Anexo 1: listado de problemas por el municipio frente al desarrollo del turismo municipal

1. Continua urbanización en riesgo de propiciar caos visual y vial
2. Tendencia de crecimiento urbano no apto que afectara la imagen urbana
3. Zonas propensas al comercio informal
4. Industria de alto riesgo no compartibles con la actividad turística
5. Riesgo de deterioro del patrimonio natural e histórico por falta de habilidad
6. Escaso conocimiento de la población de su patrimonio cultural y natural
7. Escaso conocimiento de la población de la actividad turística
8. Sitios de disposición final de los desechos (basureros a cielo abierto) y sitios clandestinos a lo largo de los caminos de acceso al sitio turístico
9. Deterioro del medio ambientes en algunas zonas debido a las actividades urbanas y agrícolas
10. Contaminación de aguas por descargas urbanas de poblados y zonas turísticas
11. Erosión de suelos por cambio de uso de suelo para agricultura y ganadería falta de aprovechamiento
12. Falta de un aprovechamiento forestal, siguiendo el crecimiento de la frontera agrícola
13. Actividad de pesca deportiva limitada debido a la alta contaminación
14. Deterioro de las viviendas en techos y fachadas
15. Existencia de vivienda progresiva (autoconstrucción) en las localidades
16. Carencia de servicios básicos urbanos en algunas zonas de crecimiento
17. Establecimientos de alojamientos que no operan como hoteles tradicionales que implica: desconfianza de hospedarse, falta de oferta de alojamiento suficiente frente a un evento importantes bajos factores de la ocupación lo que desincentiva la ampliación de la oferta
18. Escaso aprovechamiento por carencia de calidad turística promoción y comercialización
19. Desarrollo residencial turístico sin consolidación
20. Balnearios, pero no cuentan con piletas climatizadas, necesaria dado el clima de la región
21. Carencia de registros estadísticos sobre el perfil, gustos y actividades de los visitantes
22. Escasa difusión e información sobre los atractivos y actividades de la zona
23. No se tiene operadores turísticos que faciliten recorridos y actividades de aventura o ecoturismo

24. Mayor afluencia concentrada en la cabecera municipal los fines de semana, y días festivos ,lo que ocasiona fuertes problemas de tránsito vehicular

Anexo 2

Artículo 17. JURISDICCION TERRITORIAL.- El territorio municipal está conformado por el espacio geográfico comprendido dentro de los límites establecidos por las ordenanzas y decretos Departamentales que así lo determinan y que se presentan en el Mapa No.1 de jurisdicción, con límites territoriales y división veredal, el Municipio queda conformado con 29 veredas así:

<i>1 guacamayas</i>	<i>17 Las cajas</i>
<i>2 Cerinza</i>	<i>18 La vistosa</i>
<i>3.peña blanca</i>	<i>19 El vergel</i>
<i>4corcega</i>	<i>20.la paz</i>
<i>5 Llano grande</i>	<i>21 El guarcal</i>
<i>6 La bolsa</i>	<i>22. Los sauces</i>
<i>7 novillero</i>	<i>23 Zancudo</i>
<i>8.pinzaima</i>	<i>24 Guatama</i>
<i>9 Copero</i>	<i>25 Rio seco</i>
<i>10 Chonte cito</i>	<i>26 Periquito</i>
<i>11 La chorrera</i>	<i>27 Flandes</i>
<i>12 Chonte grande</i>	<i>28 Giron</i>
<i>13 La montaña</i>	<i>29 pabellon</i>
<i>14.El tigre</i>	
<i>15. El palmar</i>	
<i>16 Cachipay</i>	

Anexo 3 (modelo de encuesta)

ENCUESTA

Esta encuesta se realiza con el fin de tener una perspectiva del visitante acerca del movimiento turístico del municipio de Vergara con fines netamente académicos

Datos Demográficos

1. Nacionalidad

- Colombiano _____
- Extranjero _____

2. Profesión: _____

3. Con que frecuencia realiza turismo de aventura en el Municipio de Vergara

- Nunca
- algunas veces
- frecuentemente

4. Cual fue el impulso inicial para experimentar este tipo de actividades

- hobby
- disciplina
- recomendación
- experimentar

Otro Cuál _____

5. Qué tipo de actividad de turismo de aventura prefiere

- Torrentismo
- Rappel
- Canopy
- Cayyoing

- Otro Cual _____ -

6. CALIFIQUE DE 1 A 5 (UNO SIENDO LA PEOR CALIFICACION Y 5 LA MAYOR) LA CALIDAD DEL SERVICIO

SERVICIO	1	2	3	4	5
INFORMACION DEL GUIA					
SEGURIDAD					
SNACK O REFRIGERIO					
ATRATIVOS NATURALES					
RUTAS DE ACCESO (VIAS MUNICIPALES Y ATRACTIVOS)					
INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERSONAL A CARGO					

7. Qué tipo de servicio complementarios desearía incluir en el plan

ACTIVIDADES		ALIMENTACION		ALOJAMIENTO		TRANSPORTE	
CAMINATAS		ALMUEZO		HOTELES		CHIVAS	
CABALGATAS		CENA		CAMPING		CUATRIMOTOS	
ZOOLOGICO		REFRIGERIO		CABAÑAS		MOTOS	
VISITA A LA IGLESIA		ASADOS		OTRO CUAL		CARRO	

8. Como le gustaría recibir información de los atrac.....

- Brochure
- Redes sociales
- Pagina Web
- Aplicaciones

- Otro Cual _____ -
9. Cuanto pagaría por un plan de aventura
- Entre \$50000 y \$100000
 - Entre \$100000 y \$150000
 - Entre 150000y 200000
 - No le interesa el precio
10. Estaría de acuerdo si el plan obtuviera la opción de alojamiento
- Si
 - No

Gracias por la atención prestada.

FIRMA DEL ENCUESTADO

Atentamente:

Universitaria agustiniana

Facultad de hotelería y turismo

Lizeth Basallo Gómez

Decimo semestre