

**Propuesta de un paquete turístico enfocado a la actividad de biciturismo en el municipio
de Carmen de Carupa – Cundinamarca**

Jhon Felipe Olarte Tenjo

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C

2021

**Propuesta de un paquete turístico enfocado a la actividad de biciturismo en el municipio
de Carmen de Carupa – Cundinamarca**

Jhon Felipe Olarte Tenjo

Director

Jorge Alexander Mora Forero

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá, D.C

2021

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado en primera instancia a Dios, por permitirme seguir en este camino brindando fuerzas y comprensión para lograr el objetivo; a mis padres, ya que han sido el motor de aliento por continuar ante situaciones adversas, que me han apoyado en cada uno de los pasos y siempre me han inculcado la paciencia y la perseverancia, cada meta cumplida será en honor a ellos; a mis hermanos que también estuvieron pendientes en todo este proceso con su apoyo y motivación, por último, a todos aquellas personas que estuvieron conmigo y me contribuyeron de manera positiva para lograr un buen resultado.

Agradecimientos

Agradezco ante todo a Dios por todas las cosas que me ha brindado, seguidamente a mi familia porque siempre han estado pendientes de todos mis pasos y me motivan cada día para continuar con todas las metas que me proponga. Igualmente, quiero agradecer a los tutores Jorge Alexander Mora y Alvelayis Nieto, por ser los guías en la elaboración de esta investigación, por estar siempre dispuestos a colaborar y solucionar todas las dudas que se presentaron a lo largo de este proceso. Agradecer a todas las personas que estuvieron ayudando y contribuyendo con este trabajo, por estar dispuestos a brindar de su apoyo.

Resumen

La presente investigación es la propuesta de un paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa, optando por este lugar ya que cuenta con unos recursos naturales de gran importancia, que los hace característicos dentro de la región y dentro del departamento como tal. Gracias a las condiciones de estos atractivos, se pueden realizar una serie de actividades, entre las cuales se encuentra el biciturismo que hoy en día está empezando a tener un crecimiento importante. En primera instancia, se tuvieron en cuenta algunas teorías enfocadas con el biciturismo, turismo deportivo, la planificación turística, producto turístico, recursos naturales, el perfil del turista, entre otras. Seguidamente, la metodología que se utilizó fue de enfoque mixto, con el cual se identificó aquellas actividades características del paquete turístico, permitiendo analizar y recolectar datos para darle un mejor direccionamiento a la investigación. Como resultado se obtuvo la propuesta de una ruta turística para el municipio de Carmen de Carupa enfocado a la actividad de biciturismo, donde se integran una serie de atractivos naturales con condiciones óptimas para la realización de la misma, y rescatando las características principales de esta región.

Palabras clave: Biciturismo, Paquete turístico, Atractivo turístico y Planeación turística.

Abstract

The present research is the proposal of a tourist package focused on bicycle-tourism in the municipality of Carmen de Carupa, opting for this place because it has natural resources of great importance, which makes them characteristic within the region and within the department as such. Thanks to the conditions of these attractions, a series of activities can be carried out, among which is the bicycle-tourism that today is starting to have an important growth. In the first instance, some theories focused on bicycle-tourism, sports tourism, tourism planning, tourism product, natural resources, the profile of the tourist, among others, were taken into account. Next, the methodology used was a mixed approach, which identified those activities characteristic of the tourist package, allowing to analyze and collect data to give a better direction to the research. As a result, the proposal of a tourist route for the municipality of Carmen de Carupa focused on the activity of bicycle-tourism was obtained, where a series of natural attractions are integrated with optimal conditions for the realization of the same, and rescuing the main features of this region.

Keywords: Bicycle Tourism, Package tour, Tourist attraction and Tourist planning.

Tabla de contenido

Introducción.....	16
1. Planteamiento del problema	18
1.1 Descripción del problema	18
1.2 Pregunta de investigación	19
1.3 Justificación	20
2. Marcos de referencia	22
2.1 Marco teórico.....	22
2.2 Marco conceptual.....	24
2.2.1 Producto turístico.	24
2.2.2 Recurso turístico.....	24
2.2.3 Destino turístico.	24
2.2.4 Actividad turística.	25
2.2.5 Turismo alternativo.	25
2.2.6 Turista.	25
2.3 Marco geográfico	26
2.3. Datos generales	28
2.4 Marco legal	29
2.4.1 Ley General de Turismo.....	29
2.4.2 Ley 1558 de 2012.....	29
2.4.3 Ley 99 de 1993.....	29
2.4.4 Política de Turismo de Naturaleza	29
2.4.5 Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022	30
2.4.6 Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-1	30

2.4.7 Plan de Desarrollo Carmen de Carupa 2020 – 2023	30
2.4.8 Ley 769 de 2002	31
3. Objetivos.....	32
3.1 Objetivo general.....	32
3.2 Objetivos específicos	32
4. Metodología.....	33
4.1 Enfoque y método	33
4.1.1 Enfoque Mixto	33
4.1.2 Tipo de investigación	33
4.1.3 Muestra.....	34
4.1.4 Técnicas e instrumentos	35
4.2 Matriz metodológica	35
5. Capítulo I Levantamiento de inventario de los atractivos turísticos del municipio de Carmen de Carupa.....	37
5.1 Clasificación de los bienes y atractivos	37
5.1.1 Patrimonio cultural.....	38
5.1.2 Sitios naturales	38
5.2 Elaboración de inventarios turísticos	41
5.3 Recursos.....	41
5.3.1 Inventarios turísticos	41
5.4 Valoración de los atractivos.....	47
5.4.1 Criterios para valoración de sitios naturales	47
5.4.2 Significado	48
5.4.3 Puntuación.....	48
5.5 Servicios complementarios	49

5.6 Disposición final	52
6. Capitulo II Perfil del turista potencial para optar por el paquete turístico por el municipio de Carmen de Carupa.....	53
6.1 Perfil del turista.....	53
6.1.1 Demanda turística.....	54
6.2 Tabulación cuestionario	54
6.2.1 Genero	54
6.2.2 Lugar de residencia	55
6.2.3 Rango de edad	57
6.2.4 Estrato socioeconómico	59
6.2.5 Nivel de estudios	60
6.2.6 Ocupación	62
6.2.7 Por lo general, ¿con cuantas personas viaja?	63
6.2.8 ¿Cuál es el principal motivo de viaje?	64
6.2.9 ¿Cada cuánto realiza visitas y/o actividades en entornos naturales en bicicleta?	66
6.2.10 ¿Cuál es el presupuesto con el que contaría para realizar viajes de turismo en bicicleta por día y por persona?	67
6.2.11 ¿Ha realizado actividades de biciturismo?	68
6.2.12 Si su respuesta anterior fue si, ¿cada cuánto realiza este tipo de actividad?	69
6.2.13 ¿Ha adquirido paquetes turísticos para realizar actividades de biciturismo?	71
6.2.14 ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa – Cundinamarca?	72
6.2.15 Si su respuesta anterior fue sí ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?	73
6.3 Análisis del perfil del turista potencial	75
6.4 Disposición final	76

7. Capitulo III Diseño de un paquete turístico para el desarrollo de actividades turísticas en el municipio de Carmen de Carupa.....	78
7.1 Producto turístico.....	78
7.1.1 Atractivos turísticos.....	78
7.1.2 Superestructura.....	78
7.1.3 Turistas.....	79
7.1.4 Servicios.....	79
7.1.5 Comunidad receptora.....	79
7.1.6 Componentes del producto turístico.....	80
7.2 Paquete turístico.....	80
7.3 Elaboración de paquetes turísticos.....	81
7.3.1 Eje temático.....	81
7.3.2 Circuito del paquete.....	81
7.3.3 Itinerario.....	81
7.3.4 Guion interpretativo.....	82
7.3.5 Negociación con proveedores.....	82
7.3.6 Precio.....	82
7.4 Biciturismo.....	82
7.5 Niveles de dificultad.....	83
7.6 Propuesta del Paquete turístico “Carupa Natural”.....	83
7.6.1 Descripción general.....	83
7.6.2 Mercado objetivo.....	84
7.6.3 Atractivos.....	85
7.6.4 Actividades.....	91
7.6.5 Recomendaciones.....	92

	11
7.6.6 Itinerario	92
7.6.7 Observaciones	93
7.6.8 Costo del paquete	93
7.6.9 Mapa del recorrido del paquete turístico.....	95
7.6.10 Estrategia de promoción.....	95
7.6.11 Brochure del paquete.....	96
7.6.12 Logo del paquete	97
7.7 Consideraciones finales	97
Conclusiones.....	98
Recomendaciones	99
Referencias	100
Anexos	104
Estructura de encuesta para turistas	104
Formato de inventarios	107
Cotización de seguro de viaje	108
Alquiler Bicicleta.....	109

Lista de figuras

Figura 1. Mapa de Cundinamarca.	27
Figura 2. Mapa de Ubaté	27
Figura 3. Mapa Satelital Carmen de Carupa.	28
Figura 4. Elaboración de inventarios.....	41
Figura 5. Perfil del Turista.....	53
Figura 6. Perfil del Turista. Cantidad Género	55
Figura 7. Perfil del Turista. Porcentaje de Género	55
Figura 8. Perfil del Turista. Lugar de residencia	56
Figura 9. Perfil del Turista. Porcentaje de lugar de residencia.....	57
Figura 10. Perfil del Turista. Rango de edad.....	58
Figura 11. Perfil del Turista. Porcentaje Rango de edad	58
Figura 12. Perfil del Turista. Estrato	59
Figura 13. Perfil del Turista. Porcentaje de estrato	60
Figura 14. Perfil del Turista. Nivel de estudios.....	61
Figura 15. Perfil del Turista. Porcentaje de nivel de estudio.....	61
Figura 16. Perfil del Turista. Ocupación	62
Figura 17. Perfil del Turista. Porcentaje de ocupación	63
Figura 18. Perfil del Turista. Personas con las que viaja.....	63
Figura 19. Perfil del Turista. Porcentaje de personas con las que viaja	64
Figura 20. Perfil del Turista. Motivo de viaje	65
Figura 21. Perfil del Turista. Porcentaje de motivo de viaje	65
Figura 22. Perfil del Turista. Visitas en entorno naturales en bicicleta.....	66
Figura 23. Perfil del Turista. Porcentaje de visitas en entornos naturales en bicicleta	66
Figura 24. Perfil del Turista. Presupuesto para un viaje por día y por persona.....	67
Figura 25. Perfil del Turista. Porcentaje de presupuesto para viaje por día y por persona	68
Figura 26. Perfil del Turista. ¿Ha realizado actividades de biciturismo?.....	69
Figura 27. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Ha realizado actividades de biciturismo?	69
Figura 28. Perfil del Turista. ¿Cada cuánto realiza este tipo de actividad?.....	70
Figura 29. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿cada cuánto realiza este tipo de actividad?.....	70

Figura 30. Perfil del Turista. ¿Ha adquirido paquetes turísticos para actividades de biciturismo?	71
Figura 31. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Ha adquirido paquetes turísticos para actividades de biciturismo?	72
Figura 32. Perfil del Turista. ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en Carmen de Carupa?	72
Figura 33. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en Carmen de Carupa?	73
Figura 34. Perfil del Turista. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?.....	74
Figura 35. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?.....	74
Figura 36. Producto Turístico.....	80
Figura 37. Niveles de dificultad	83
Figura 38. Mirador Peña de Sucre	85
Figura 39. Mirador Peña de Sucre	85
Figura 40. Mirador Peña de Sucre	86
Figura 41. Páramo de Guargua	86
Figura 42. Páramo de Guargua	87
Figura 43. Páramo de Guargua	87
Figura 44. Embalse El Hato.....	88
Figura 45. Embalse El Hato.....	88
Figura 46. Cerros de Santuario	89
Figura 47. Cerros de Santuario	89
Figura 48. Cerros de Santuario	90
Figura 49. Chorros de Salinas	90
Figura 50. Sendero Chorros de Salinas	91
Figura 51. Chorros de Salinas	91
Figura 52. Mapa recorrido	95
Figura 53. Brochure del paquete turístico	96
Figura 54. Logo del paquete	97

Lista de tablas

Tabla 1. Datos generales Carmen de Carupa.....	28
Tabla 2. Matriz Metodológica	35
Tabla 3. Clasificación de atractivos turísticos.....	39
Tabla 4. Formato inventario sitios naturales	42
Tabla 5. Formato Inventario sitios naturales	43
Tabla 6. Formato Inventario sitios naturales	44
Tabla 7. Formato inventario sitios naturales	45
Tabla 8. Formato inventario sitios naturales	46
Tabla 9. Significado inventarios turísticos.....	48
Tabla 10. Puntuación de inventarios turísticos.....	48
Tabla 11. Alojamiento en Carmen de Carupa	49
Tabla 12. Restaurantes en Carmen de Carupa.....	50
Tabla 13. Comercio de Carmen de Carupa.....	51
Tabla 14. Perfil del turista - Género	54
Tabla 15. Perfil del turista - Lugar de residencia	55
Tabla 16. Perfil del turista - Rango de edad	57
Tabla 17. Perfil del turista - Estrato.....	59
Tabla 18. Perfil del turista - Nivel de estudios	60
Tabla 19. Perfil del turista - Ocupación.....	62
Tabla 20. Perfil del turista - ¿Con cuántas personas viaja?	63
Tabla 21. Perfil del turista - ¿Cuál es el principal motivo de viaje?	64
Tabla 22. Perfil del turista - ¿Cada cuánto realiza visitas y/o actividades en entornos naturales en bicicleta?.....	66
Tabla 23. Perfil del turista - ¿Cuál es el presupuesto con el que contaría para realizar viajes de turismo en bicicleta por día y por persona?.....	67
Tabla 24. Perfil del turista - ¿Ha realizado actividades de biciturismo?	68
Tabla 25. Perfil del turista - ¿Cada cuánto realiza este tipo de actividad?.....	69
Tabla 26. Perfil del turista - ¿Ha adquirido paquetes turísticos para realizar actividades de biciturismo?.....	71

Tabla 27. Perfil del turista - ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa - Cundinamarca?.....	72
Tabla 28. Perfil del turista - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?.....	73
Tabla 29. Itinerario del paquete turístico.....	92
Tabla 30. Costo del paquete turístico	93

Introducción

Colombia es uno de los países con mayor biodiversidad en ambientes naturales contando con una variedad de recursos que se adaptan a la actividad turística. Dentro de los departamentos, Cundinamarca es uno de los de mayor referencia, que cuenta con un total de 116 municipios de gran relevancia en recursos naturales. Así mismo, posee el páramo más grande del mundo como lo es el Páramo de Sumapaz. Además de esto el departamento cuenta con unas regiones en especial donde se presentan diversidad de ecosistemas que son característicos y de gran importancia, donde la gobernación de Cundinamarca (2020) establece en su plan de desarrollo 2020-2024 que el turismo será una de las actividades más importantes dentro del departamento, por su potencial paisajístico y su patrimonio material e inmaterial, el cual consolidaran al departamento como un gran referente nacional e internacional.

Cabe resaltar que la actividad turística además de contar con los recursos turísticos, debe optar con una serie de aspectos importantes que integran toda la planificación de una manera eficaz y responsable para evitar el daño y la degradación del ambiente. Es por esto que la gobernación de Cundinamarca (2020) impulsará en sus proyectos de gestión el crecimiento territorial basado en la conservación, recuperación y el aprovechamiento del medio ambiente, para garantizar que la actividad turística se haga de manera responsable y con conciencia ambiental.

De esta manera, este proyecto de investigación tiene como objetivo generar una propuesta de un paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa, para lograr el crecimiento de dicho municipio, ya que cuenta con una serie de atractivos y recursos turísticos que permiten que la actividad se pueda realizar en óptimas condiciones, llevando de la mano una buena planificación turística, y así, involucrar mejor a la población local, con sus costumbres, tradiciones, estilos de vida, entre otros, para incentivar el mejoramiento en la calidad de vida.

Para lograr el cumplimiento del objetivo general del proyecto, se utilizó una metodología de investigación descriptiva, con un enfoque mixto donde permite identificar una serie de factores que determinan las posibles causas o problemáticas que se generan en el municipio en cuanto a la actividad turística, y así de esta manera, generar estrategias que ayuden a la solución de los mismos. También se logra identificar aquellos atractivos que son más representativos en la región para poder incluirlos dentro de la propuesta del paquete turístico. Se utilizaron instrumentos de formatos de

inventarios para los atractivos turísticos y el cuestionario estructurado para determinar el perfil de turista potencial.

Para identificar los atractivos turísticos se optó por la utilización del formato de inventarios propuesto por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - MinCIT (2010) donde se especifica la metodología necesaria para el diligenciamiento de los mismos, teniendo aspectos importes en cuanto al destino, otorgándole cierta valoración a cada uno de ellos. Seguidamente, se procede con la determinación del perfil del turista potencial para optar por el paquete turístico, donde se realizó y ejecutó un cuestionario estructurado para analizar y evidenciar los aspectos más importantes como datos demográficos y preguntas enfocadas al tipo de actividad turística, junto con la frecuencia de las mismas.

Posteriormente, se procede con la elaboración de la propuesta del paquete turístico para el municipio de Carmen de Carupa enfocado al biciturismo, donde se tienen en cuenta los diferentes atractivos que se tomaron anteriormente, evidenciando las actividades, itinerario y visitas complementarias que puede realizar el visitante, detallando y explicando los elementos y pautas generales que se tendrán en cuenta dentro del paquete, logrando así de esta manera que el municipio pueda tener un mejor reconocimiento como un lugar apropiado y óptimo para la realización de la actividad turística.

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Carmen de Carupa es uno de los 116 municipios pertenecientes al departamento de Cundinamarca, el cual posee un gran potencial turístico gracias a su variedad de recursos y atractivos presentes en esta zona, pero a pesar de ese potencial, aún se evidencian grandes vacíos en cuanto al desarrollo turístico. Según el informe de gestión del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca - IDECUT (2018) se sigue presentando un nivel bajo de profesionalización en los encargados de la parte turística, lo que hace que todos los procesos de planificación se retrasen y así de esta manera, hacen que el avance del turismo se vea afectado.

En el departamento de Cundinamarca se han implementado una serie de productos y rutas turísticas que ayudan a destacar una serie de lugares representativos, tanto naturales, culturales, religiosos, entre otros, así como las costumbres y tradiciones que caracterizan a este departamento, como su gastronomía, ferias y fiestas que son de gran acogida por parte de los turistas. El plan de desarrollo de Cundinamarca (2020) contempla una serie de objetivos y estrategias enfocadas al crecimiento del turismo en todo el territorio, promocionando el desarrollo de actividades, diseñando programas de fortalecimiento de toda la actividad turística, pero todo esto a partir de una buena planificación y gestión del desarrollo turístico.

El propósito de esta investigación es generar una serie de ideas y propuestas que ayuden a estructurar de manera eficaz, una serie de estudios que conlleven a la planificación turística adecuada para el municipio de Carmen de Carupa, apoyado del análisis correspondiente para determinar el potencial que posee este municipio. Además, se integrarán estrategias y objetivos planteados tanto por el departamento, así como de la administración municipal, ya que según Nieto (2016) una planificación turística acertada enmarca una serie de beneficios que se logran a partir de esta, pero que se debe contar con el apoyo de la administración local y de las personas que conforman el grupo técnico enfocado al turismo.

A través de la utilización de varios instrumentos, como los inventarios, las encuestas, las entrevistas, entre otros, se identificarán los aspectos más relevantes del municipio y de los turistas potenciales, llevando de esta manera al diseño de un producto turístico que sea propio y representativo de Carmen de Carupa, alineado con las estrategias de los planes de desarrollo del departamento y del municipio. Según el plan de desarrollo de Carmen de Carupa (2020) una de las

estrategias claves es impulsar y promover servicios turísticos que lleven al fortalecimiento del sector turismo y posicionándolo como destino turístico en la región.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo contribuir al desarrollo del turismo a través de la propuesta de un paquete de biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa – Cundinamarca?

1.3 Justificación

Cundinamarca cuenta con una gran riqueza natural entre sus 116 municipios que lo conforman, entre los cuales se encuentra Carmen de Carupa. Este lugar representa uno de los de mayor extensión territorial en el departamento gracias a sus zonas naturales como el páramo o los diferentes cerros pertenecientes a la región. Este municipio cuenta con un gran potencial de recursos y atractivos turísticos, los cuales son conocidos por su historia y cultura dentro de la misma población. Pero partiendo de esta premisa se empieza a tener en cuenta una serie de factores que no se han tenido en cuenta a la hora de hablar de una buena planificación para el desarrollo del turismo en este lugar.

En primera instancia se ha podido evidenciar que las administraciones locales en años anteriores dentro de sus planes de desarrollo mencionaban puntos claves acerca del crecimiento y apoyo de la actividad turística en el municipio, donde las estrategias planteadas han contribuido, pero no de la manera esperada.

Por otra parte, se puede hablar de la falta de prestadores turísticos que son de gran relevancia a la hora de hablar de un crecimiento en el desarrollo turístico ya que complementan de manera directa todas las actividades encaminadas a la industria turística. Así mismo no se cuenta con el levantamiento de un inventario turístico que muestre y caracterice los diferentes recursos y atractivos del municipio, ya que este es un documento y herramienta de gran valor a la hora de pensar en una buena planificación turística.

También se habla de que el municipio no cuenta con un producto turístico propio del lugar que cuente con todos los aspectos necesarios y bien definidos para conformar una alternativa turística de gran impacto que logre resaltarlo como un destino potencial dentro de la región y a nivel departamental. De este modo, el municipio presenta una gran deficiencia en la creación de estrategias y planes de promoción turística donde se puede estar presentando un desconocimiento de todo el potencial con que cuenta Carmen de Carupa.

Todos estos aspectos mencionados anteriormente representan la gran mayoría de problemas que se presentan en este municipio en cuanto a la actividad turística, por lo que hace falta un mejor diseño de herramientas y estrategias que encaminen el direccionamiento correcto hacia una planificación turística bien estructurada, donde se presente una mejor articulación entre los diferentes entes encargado en el diseño de planes estratégicos que apoyen y fomenten el desarrollo de la

actividad turística y así de esta manera posicionar a la industria turística como una gran alternativa de generación de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de toda la población local.

2. Marcos de referencia

2.1 Marco teórico

El turismo ha sido una de las industrias que ha tenido un crecimiento importante al paso de los años, contribuyendo a la economía en general y al desarrollo de diversos lugares en el país. Según Lanquar (citado en Quesada, 2000) la primera vez que se habla de turismo es en Inglaterra y se le conoce como la teoría y la práctica del viaje de placer. De ahí se puede partir a establecer una serie de conceptos que van teniendo diversos enfoques. Para Schwink (citado en Quesada, 2000) define al turismo como “el movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión” (p. 8). Sin embargo, para la Organización Mundial del Turismo - OMT, 1994 (citado en Sancho, 2008) turismo son las actividades que realizan las personas durante sus viajes por un tiempo menor a un año, ya sea con fines de ocio, trabajo, negocios, entre otros.

Existe una clasificación en materia de turismo donde se pueden definir por su forma y por su tipo. En el primer caso se pueden encontrar aspectos relevantes como lo puede ser el ámbito geográficos, por su estancia, por edad, por volumen, entre otras variables. En cuanto al tipo, se puede hablar de turismo de naturaleza, cultural, deportivo, de salud, de esparcimiento, entre otros. El turismo de naturaleza es uno de los que ha tenido un crecimiento importante en la industria.

Para Quesada (2000) el turismo de naturaleza es aquel que se realiza por las personas que se sienten motivados para conocer, disfrutar y estudiar un recurso natural o característico de un destino en específico. Así mismo, para Barrado y Vila (2001) este turismo utiliza varios elementos de la naturaleza para prácticas deportivas o de aventura. Por consiguiente, Pérez (2003) considera que el turismo de naturaleza es aquel que se realiza en un medio natural donde se puede incluir otras motivaciones de turismo como el deportivo, de aventura, entre otros. Por otra parte, Aguiar (2010) reconoce al turismo de naturaleza como la prestación de servicios complementarios que se encuentran relacionados con el disfrute de la naturaleza. Para Vázquez (2001), este turismo tiene en cuenta una serie de recursos de alto potencial para la actividad turística como la flora, fauna y riqueza paisajística.

Por otro lado, Hall (1992) (citado en Rivas y Magadan, 2012) identifican al turismo deportivo como los desplazamientos que se realizan por motivos de recreación, participando u observando actividades deportivas. Por otro lado, Quesada (2000) dice que esta modalidad de turismo tiene

motivaciones referentes a la participación de eventos deportivos, para participar en competiciones o para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva. Igualmente; Rivas y Magadan (2012) definen el turismo deportivo como los viajes que se efectúan para ver o participar en un evento o actividad deportiva. Por consiguiente, Hudson (2003) (citado en Curiel y Sánchez, 2014) habla de turismo deportivo como las actividades deportivas tan activas como pasivas en las que se participa de manera organizada, implicando un viaje fuera del lugar de residencia. Por otro lado, Pérez (2003) considera que el turismo deportivo es la práctica de actividades o de un deporte en específico donde en medio natural es el escenario principal para esta tipología de turismo.

Dentro del turismo deportivo se puede encontrar una de las actividades que mejor auge ha tenido hoy en día, como lo es el biciturismo. De Acuerdo con Sustrans (1999) (citado en Fernández, 2015) el biciturismo lo define como aquellas visitas recreativas de al menos un día fuera del lugar de residencia en el que la esencia y parte fundamental es la actividad ciclística. Según Moral (2016) es el uso de la bicicleta como actividad recreativa y deportiva donde se combina el turismo y la actividad física. No obstante; Han (2017) (citado en Moral, 2016) dice que el biciturismo es el ciclismo que se realiza en periodos menores a 24 horas entre un lugar de origen y un destino concreto, con fines de ocio. Igualmente, Serra (2016) (citado en Moral, 2016) establece que el biciturismo es el desplazamiento en bicicleta de un lugar a otro con motivos recreacionales.

Las diferentes modalidades y formas de turismo permiten que crezca el desarrollo turístico en un lugar o región determinados. Es por esto que, según Pearce (citado en Varisco, 2008) el desarrollo turístico hace referencia a la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios necesarios para satisfacer las necesidades del turista, incluyendo aspectos como la generación de empleo o de ingresos (p. 61). Por otra parte, Merinero y Pulido (2009) dicen que la capacidad de desarrollo turístico implica directamente a los actores para que de forma conjunta y coordinada asuman retos para mejorar las condiciones del territorio. Sin embargo, Linares y Morales (2014) establecen que se debe llevar una articulación entre el crecimiento económico y la conservación del medio ambiente para un desarrollo turístico sostenible. Además, Nieto (2016) dice que el desarrollo turístico debe contemplar una forma de reavivar la economía de la zona desde una oferta turística que cumpla con las necesidades del mercado.

Para generar un buen desarrollo turístico se deben establecer unas estrategias que permitan el adecuado aprovechamiento de los diferentes recursos que se incluyen dentro del turismo. Dicho de

esta manera, para Valls (2013) (citado en Rivas y Magadan, 2012) la planificación estratégica puede entenderse como una serie de medidas y mecanismos diseñados en la actividad turística para crear, mantener o convertir un producto o destino en competitivo. (p. 36). Para Hall y Page (2002) la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada. (p. 309). No obstante, la OMT (2004) dice que la planificación se puede hacer en diversos ámbitos, como local, regional, nacional e internacional, con el fin de lograr un resultado positivo en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad. Para complementar, se puede decir que la planificación puede ser entendido como el proceso para definir las metas a alcanzar y los medios necesarios para lograr los objetivos propuestos.

2.2 Marco conceptual

La investigación sobre el diseño de un producto turístico para el municipio de Carmen de Carupa resalta una serie de conceptos claves que se evidencian en todo el desarrollo del proyecto, tales como: producto turístico, recurso turístico, atractivo turístico, turista, entre otros.

2.2.1 Producto turístico.

Un producto turístico es el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de que el turista pueda tener una experiencia, de acuerdo con sus deseos o motivaciones. (Mora y Motato, 2019). Del mismo modo, Nieto (2016) establece que los productos turísticos deben ser planeados con estrategias conjuntas al momento de la elaboración, con el fin de responder a unas metas claras. Estos productos satisfacen motivaciones y expectativas gracias al conjunto de componentes que lo conforman.

2.2.2 Recurso turístico.

Para Camara y Morcate (2014) un recurso turístico es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el fin esencial de la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Los recursos turísticos los constituyen los elementos naturales y culturales que hace posible la actividad turística. De esta manera Mora (2019) define al recurso turístico como un recurso territorial, natural o sociocultural que tiene potencial para atraer turistas hacia un destino turístico

2.2.3 Destino turístico.

Según la OMT (2019) un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que el turista puede pernoctar. Es una agrupación de

productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes para formas destinos de mayor magnitud. El destino cuenta con una imagen y una identidad que pueden influir en la competitividad dentro del mercado. Para Mora y Motato (2019) un destino turístico es el espacio geográfico que, por los atractivos naturales, culturales o sociales se constituye como un foco de atracción para los turistas.

2.2.4 Actividad turística.

Para Quesada (2010) la actividad turística hace referencia a las características inherentes de los viajes y de las personas que los realizan, clasificándola a partir del estudio y distinción de la manera o forma en el que las personas viajan. La OMT (2008) la define como aquellas actividades que generan típicamente productos característicos del turismo. Además, Mora y Motato (2019) la definen como el conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven a la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo, y son los objetivos de un viaje y la razón por la cual se requiere que se proporcionen una variedad de servicios.

2.2.5 Turismo alternativo.

Para Quesada (2010) el turismo alternativo son aquellas actividades turísticas que son distintas a las que correspondientes de un turismo tradicional, donde se encuentran una variedad de viajes que tienen características muy diferentes a las de un turismo masivo. Para Mora y Motato (2019) el turismo alternativo son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Surge como la posibilidad de cuidar el medio ambiente a través del fomento y difusión de actividades recreativas donde los turistas estén en contacto con la naturaleza respetando el patrimonio cultural, histórico y natural.

2.2.6 Turista.

Según el MinCIT (2012) en la ley 1558 de 2012 define como turista a cualquier tipo de persona que viaja de un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda o pernocta por lo menos una noche en el lugar al que viaja o al que visita, cuyo objetivo o motivo principal de viaje es el de ocio, descanso, ocupación de tiempo libre, peregrinaciones, salud u otra diferente a una actividad

en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en el territorio nacional.

2.3 Marco geográfico

El departamento de Cundinamarca está dividido en 15 provincias, dentro de las cuales se encuentran sus 116 municipios y la ciudad capital. Cundinamarca abarca una extensión de 24 km², sin contar la capital. Limita con cinco departamentos: al norte con Boyacá, al oriente con el meta, al sur con el Huila, al occidente con Caldas y Tolima. Ubicado en el centro del país, el departamento de Cundinamarca presenta un territorio con relieves bajos, planos y montañosos, como se caracteriza la topografía andina de la cordillera oriental. Además, gracias a las importantes vías que lo atraviesan, este comunicado con casi todas las regiones.

Carmen de Carupa es uno de los 116 municipios de Cundinamarca, ubicado al nororiente del departamento. Se encuentra aproximadamente a una hora y media desde Bogotá. Limita con los municipios de San Cayetano por el occidente, con los municipios de Tausa y Sutatausa por el sur, con Ubaté y Susa por el oriente, y con Simijaca y el departamento de Boyacá por el norte. Cuenta con una extensión total de 228 mk², de los cuales 0.45 mk² pertenecen al área urbana; y 227,55 km² pertenecen al área rural. La altitud de la cabecera municipal oscila entre los 2.600 y 3.700 metros sobre el nivel del mar. Su temperatura promedio es de 12 grados centígrados.

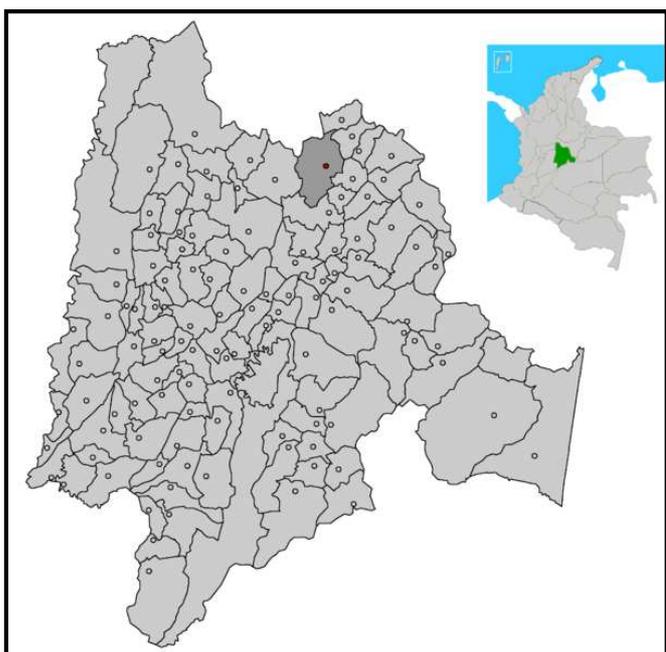


Figura 1. Mapa de Cundinamarca. Alcaldía de Ubaté (2013).



Figura 2. Mapa de Ubaté – Secretaria de Planeación de Cundinamarca (2015)

2.3.1 Datos generales.

Tabla 1.

Datos generales Carmen de Carupa

Información General	
Habitantes	9109
Temperatura	12°C
Extensión	229 km ²
Altitud	2600 m.s.n.m.
Gentilicio	Carupano(a)
Fecha de Fundación	20 de Julio de 1808
Fundadores	José Joaquín Urdaneta Doña Ventura Camero
Economía	La base es el sector agrícola con el producto de la papa y el segundo sector es el pecuario con la ganadería en la producción de leche.

Nota: Elaboración a partir de Carmen de Carupa (2016).



Figura 3. Mapa Satelital Carmen de Carupa. Google Maps. (2021)

2.4 Marco legal

2.4.1 Ley General de Turismo.

En base al artículo 16 donde se establecen la elaboración del plan sectorial de turismo en coordinación del departamento de nacional de planeación y las diferentes entidades territoriales para la construcción del plan que incluirá elementos claves y esenciales para el fortalecimiento de la competitividad del sector, de manera que el turismo contenga condiciones favorables para su desarrollo desde el ámbito social, económico, cultural y ambiental.

En base al artículo 26 donde se considera que la actividad turística desarrollada en áreas o atractivos naturales en especial, debe ir enmarcado dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Así mismo, se tienen encuentra actividades de recreación, educación, esparcimiento a través de la observación, estudio de zonas y valores naturales, promoviendo una actividad controlada y dirigida a la sensibilización. El desarrollo de estas actividades debe generar ingresos destinados para el apoyo y conservación de las áreas naturales en las cuales se realiza.

2.4.2 Ley 1558 de 2012.

Con base en el artículo 1 donde se tiene por objeto principal el fomento, desarrollo, promoción, competitividad y regulación de toda la actividad turística por medio de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo y mejoramiento de la calidad, involucrando la participación del sector público y privado.

2.4.3 Ley 99 de 1993.

La ley 99 de 1993 donde se establece la política ambiental colombiana, creando el ministerio del medio ambiente, encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, en base al artículo 1 donde se establece que la biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.

2.4.4 Política de Turismo de Naturaleza.

De acuerdo con la política de turismo de naturaleza establece que esta clase de turismo representa la oferta de servicios y productos que incluyen atractivos en un entorno natural regido por la sostenibilidad. Así mismo, en base numeral 4 define al turismo de naturaleza como aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades recreativas y de esparcimiento

en la naturaleza, pero sin degradarla, promoviendo la conservación de los diferentes atractivos turísticos naturales.

2.4.5 Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022.

El plan sectorial de turismo 2018 – 2022 “Turismo: el propósito que nos une” hace parte del Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” por la cual su ejecución se fomentara en las políticas, orientaciones, lineamientos y disposiciones complementarias que se establecen en el PND. El objetivo de este plan es fortalecer el turismo y la gestión de los recursos como herramienta de mejoramiento, coordinación, responsabilidad cooperación y sostenibilidad de la actividad turística a nivel nacional y regional, para contribuir efectivamente al crecimiento económico, desarrollo sostenible del país y de las diferentes regiones para aprovechar las potencialidades de recursos con las que cuenta todo el territorio nacional, bajo principios de sostenibilidad, responsabilidad y calidad.

2.4.6 Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-1.

En base a las normas técnicas sectoriales se identifica la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-1 la cual establece los destinos turísticos de Colombia con los requisitos generales de sostenibilidad y tiene como objeto especificar los requisitos de gestión, así como aquellos relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, aplicables a un destino turístico o a un área turística dentro del mismo.

2.4.7 Plan de Desarrollo Carmen de Carupa 2020 – 2023.

El plan de desarrollo 2020 – 2023 Carmen de Carupa “Gobierno de resultados” tiene por objetivo hacer de este municipio un lugar competitivo por excelencia, donde se tendrán en cuenta índices de progreso y desarrollo para un crecimiento colectivo que conlleven a mejor la calidad de vida de la comunidad local, reconociendo un potencial de desarrollo integral, dentro de los marcos jurídicos, democráticos, participativo y de integración, para mantener equidad y calidad en la prestación de los diferentes servicios.

En su artículo 24º enfatiza el sector comercio, industria y turismo, donde su objetivo principal es fortalecer al turismo como fuente de desarrollo económico mediante la formulación de una política pública que integre actores tanto públicos como privados, con el fin de hacer al municipio más competitivo, sostenible y rentable, estimulando el desarrollo empresarial mediante

capacitación, asistencia y seguimiento, logrando gestionar diversos proyectos con promotores estratégicos y prestadores de servicios turísticos.

2.4.8 Ley 769 de 2002.

Por la cual se expide el código nacional de tránsito terrestre donde se establecen una serie de normas que rigen en todo el territorio nacional y la regulación de circulación de vehículos por vías públicas, circulación de peatones, usuarios, pasajeros, conductores, motociclistas, ciclistas, agentes de tránsito, con el fin de estipular la correcta actuación y procedimientos de las autoridades de tránsito.

En el capítulo V de la presente ley, en su respectivo artículo 94 establece las normas generales para bicicletas, motociclos y moto triciclos; entre estas se pueden encontrar que se debe transitar por la derecha de las vías a una distancia no superior de 1 metro entre la acera y la orilla; no se debe sujetar de otro vehículo, especialmente los de mayor carrocería que impidan la visibilidad de otros conductores; se deben respetar las diversas normas de tránsito; uso de casco de seguridad; entre otras que los rigen.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta de un paquete de biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa– Cundinamarca.

3.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar las potencialidades turísticas del municipio de Carmen de Carupa – Cundinamarca.
- ✓ Definir el perfil del turista potencial para optar por el paquete turístico por el municipio de Carmen de Carupa – Cundinamarca.
- ✓ Diseñar un paquete turístico para el desarrollo de actividades turísticas en el municipio de Carmen de Carupa.

4. Metodología

4.1 Enfoque y método

4.1.1 Enfoque Mixto.

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. Para desarrollar el presente trabajo se utilizó el enfoque mixto, en virtud de que ambos se mezclan en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita analizarla. Esta información aparece como alternativa a fin de tener la posibilidad de encontrar diferentes caminos para una comprensión e interpretación lo más amplia posible en el estudio.

Para Driessnack, Sousa y Mandes (2007) citados en Lara (2013) establecen que el utilizar un enfoque mixto no quiere decir que los enfoques cualitativos y cuantitativos no importen, sino que el mixto utiliza las fortalezas de ambos para proponer estrategias que ayuden a responder a las preguntas de la investigación. En consecuencia, Hernández (2010) establece que al combinar las fortalezas de la investigación cuantitativa y cualitativa ayudar a minimizar a las debilidades potenciales.

El utilizar este tipo de investigación presenta algunas ventajas en cuanto a lograr una perspectiva más amplia y clara del fenómeno; formulación del proyecto con más claridad; producción de datos más variados con una multiplicidad de observaciones; potenciar la creatividad teórica mediante criterios de valoración más específicos; mayor posibilidad de obtener resultados acordes a lo esperado; oportunidad de desarrollar nuevas destrezas; mayor fidelidad del instrumento asegurando la confiabilidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2010) (citado en Lara, 2013).

4.1.2 Tipo de investigación.

El siguiente estudio se basa en un tipo de investigación descriptiva que reúne una serie de datos y elementos de la población o fenómenos de estudio. Este busca determinar y analizar las diferentes problemáticas que se están generando en el área de estudio mostrando los principales factores que lo afectan, y por ende proponer y llevar a cabo una serie de estrategias que le den solución a la problemática encontrada.

Para Lara (2013) el tipo de investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de hecho y posee una característica fundamental que es la de presentar una interpretación correcta, donde se pueden incluir varios estudios como encuestas, casos exploratorios, causales, entre otros. Este tipo

de investigación ayuda con métodos muy específicos para la recolección de datos que contribuyen al objeto principal de estudio, ayudando de esta manera a tomar decisiones sobre la base de la investigación y de direccionarla hacia los resultados o metas esperadas.

4.1.3 Muestra.

Para la investigación, se optó por seleccionar un método de muestro no probabilístico por conveniencia el cual hace referencia que el investigador es quien decide y elige la muestra, por este motivo no es posible controlar el error en el muestreo (Abascal, 2005). Este método de muestreo reduce costos y es de fácil diseño ya que el investigador es quien decide o busca la manera de hacer una selección sencilla y rápido. Para esta investigación se optó por el muestreo no probabilístico por conveniencia acudiendo a la población más accesible, permitiendo generar unos resultados para analizar y determinar si se continua con la investigación.

Para la recolección de dicha información en la presente investigación, se opta por tomar un método de muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la situación generada por la pandemia por la que atraviesa el mundo, lo que dificultó el trabajo de campo para la realización de dichas encuestas; es por esto que los encuestados fueron contactados a través del uso de redes sociales, generando un replica por parte de los mismos mediante los contactos de las personas participantes, y así de esta manera lograr un resultado de 143 encuestas en total, lo que es un número adecuado para el propósito de la investigación.

4.1.4 Técnicas e instrumentos.

4.1.4.1 Observación. La observación es una técnica que permite la recolección de datos a través del análisis y registro de diferentes características y comportamientos de un conjunto de individuos o de los diferentes elementos que componen un espacio, sin establecer un proceso de comunicación. (Fernández, 2004). Este tipo de técnica se utilizó para determinar las condiciones en las cuales se encontraban los recursos principalmente los naturales presentes en los diferentes atractivos, determinando su puntaje en la elaboración de los inventarios. También se observó el estilo de vida de la comunidad local para tener un mejor acercamiento y una adecuada planificación a la hora de generar la propuesta del producto turístico.

4.1.4.2 Formato de inventarios. Según el MinCIT (2010) un inventario es aquel proceso por el cual se toman una serie de datos y factores tanto físicos y culturales de algún lugar en específico, permitiendo consolidarlo como un conjunto de atractivos para implementarlos en la elaboración de productos turísticos. A través de esos formatos se puede establecer datos concretos acerca de un atractivo, como, por ejemplo, todo lo relacionado con ubicación, acceso, descripción general, fotografía, puntuaciones en cuanto al estado de conservación, entre otro. En dicha investigación se aplicaron para los atractivos más representativos del municipio de Carmen de Carupa.

4.1.4.3 Encuesta estructurada. En el desarrollo de la encuesta estructurada para esta investigación se tuvieron en cuenta aspectos demográficos como sexo, edad, nivel de estudios, ocupación, entre otras, juntos con aspectos en cuanto a la capacidad de compra o inversión en un producto turístico, permitiendo segmentar e identificar el cliente potencial para optar por la propuesta comprendiendo sus percepciones respecto al uso de servicios o productos.

4.2 Matriz metodológica

Tabla 2.

Matriz Metodológica

Capítulo	Pregunta	Objetivos	Metodología	Instrumentos
1	¿Cuál es la oferta turística con la que cuenta el municipio?	Realizar el levantamiento de inventario de los atractivos turísticos del municipio de Carmen de Carupa	Enfoque mixto Investigación descriptiva	Observación Formato de inventarios

2	¿Cuáles son las principales características de los turistas hoy en día?	Determinar el perfil del turista potencial para optar por el paquete turístico por el municipio de Carmen de Carupa	Enfoque mixto Investigación descriptiva	Encuestas
3	¿Cómo contribuir al desarrollo turístico del municipio de Carmen de Carupa?	Diseñar un paquete turístico para el desarrollo de actividades turísticas en el municipio de Carmen de Carupa	Enfoque mixto Investigación descriptiva	

Nota: Elaboración propia

5. Capítulo I Levantamiento de inventario de los atractivos turísticos del municipio de Carmen de Carupa

Es importante tener en cuenta que para determinar el potencial que posee algún lugar determinado, en primer lugar, se debe hacer una evaluación de aquellos recursos y atractivos con los que cuenta la zona y que se puedan considerar apropiados para la actividad turística. Es por eso que este ejercicio determina la posibilidad del desarrollo de la actividad turística y contribuye la base para un trabajo de planificación detallado y estructurado. De esta manera se puede identificar la situación actual del lugar, analizando todos los puntos de los diferentes aspectos que demarcan el desarrollo turístico del territorio, ya que facilita las áreas fundamentales con las que se puede trabajar.

El inventario es un instrumento de gran importancia a la hora de realizar dicha evaluación de recursos y atractivos, como los aspectos de la oferta. Según la revista científica avanzada IDICT (2013) “el inventario de atractivos y recursos constituye un registro y valoración del estado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y/o culturales, pueden constituir una motivación para el turista”. Este instrumento debe dirigirse a la identificación y evaluación de los diferentes recursos, para que la actividad turística se adapte a ellos. Según Leno (2015) establece que el inventario de recursos turísticos puede definirse como el catálogo de lugares, objetos o establecimientos de interés turístico de un área determinada.

En Colombia la entidad encargada es el MinCIT, ellos crearon la guía para la elaboración de inventarios turísticos con el objetivo de realizar una evaluación objetiva de los atractivos y hacer una selección de aquellos que están aptos para su uso turístico inmediato o para establecer las medidas que se deben tomar para que los atractivos aporten al desarrollo turístico del lugar. Según el MinCIT (2010) un inventario es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región.

5.1 Clasificación de los bienes y atractivos

Los inventarios son un conjunto de documentos en el cual se registran los recursos físicos y culturales de un lugar que se les conoce como atractivos, que permiten el proceso de elaboración de productos turísticos para la región. Es por esto que se debe tener claridad entre el concepto de recurso y atractivo. El primero hace referencia a todos los factores físicos y culturales potenciales

que posee un lugar para el desarrollo de la actividad turística. El segundo concepto hace referencia a dichos factores que cumplen con las condiciones necesarias para poder ser apropiado e incluidos en los diseños de productos turísticos. De esta manera se deben evaluar objetivamente los diversos recursos y atractivos, según el MinCIT (2010) se clasifican en: patrimonio cultural y sitios naturales.

5.1.1 Patrimonio cultural.

Según el MinCIT (2010) el patrimonio cultural establece aquellos bienes y manifestaciones culturales tanto materiales como inmateriales que se encuentran en una región, con una constante transformación del territorio por parte de sus poblaciones. Aquellas manifestaciones y bienes tienen un grado de valores que interpretan sentido de pertenecía, identidad y memoria para una comunidad en general. Para el Ministerio de Cultura (2015) el patrimonio cultural es aquella expresión de creativa de un pueblo o comunidad en el pasado, donde se habla de tradiciones, creencias y lograr de una población. Así mismo, define patrimonio como la herencia de algo que debe considerarse como legado de los ancestros y que debe pasar por futuras generaciones.

El patrimonio cultural se clasifica en:

- ✓ Patrimonio material
- ✓ Patrimonio inmaterial
- ✓ Festividades y eventos
- ✓ Grupos de especial interés

5.1.2 Sitios naturales.

Para el MinCIT los sitios naturales conforman aquellas áreas geográficas y recursos naturales que integran todo un conjunto de atractivos y componentes que, por sus características propias, pueden ser considerados como de gran importancia para el desarrollo de la actividad turística. La guía para la elaboración de inventarios turísticos propuesta por el MinCIT establece una clasificación con su respectivo tipo de patrimonio, grupo, y componente correspondiente:

Tabla 3.

Clasificación de atractivos turísticos

Primer Nivel de Clasificación	Segundo Nivel de Clasificación	Tercer Nivel de Clasificación
Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente
Sitios Naturales	2.1 Montañas	2.1.1 Nudo 2.1.2 Macizo 2.1.3 Cordillera 2.1.4 Sierra 2.1.5 Serranía 2.1.6 Monte 2.1.7 Loma o colina 2.1.8 Nevado 2.1.9 Volcán 2.1.10 Depresión 2.1.11 Desfiladero 2.1.12 Páramo 2.1.13 Cerro 2.1.14 Alto 2.1.15 Otra
	2.2 Altiplanicies	2.2.1 Meseta 2.2.2 Valle 2.2.3 Cañón 2.2.4 Cuenca 2.2.5 Otro
	2.3 Llanuras	2.3.1 Sabana o llano 2.3.2 Pradera 2.3.3 Desierto 2.3.4 Otro
	2.4 Aguas lénticas	2.4.1 Ciénagas 2.4.2 Lagos 2.4.3 Lagunas 2.4.4 Humedales 2.4.5 Otra
	2.5 Aguas lólicas	2.5.1 Cascada, catarata o salto 2.5.2 Estero 2.5.3 Fuente o manantial 2.5.4 Quebrada 2.5.5 Río 2.5.6 Arroyo o riachuelo 2.5.7 Rápido 2.5.8 Caudal

		2.5.9 Torrente 2.5.10 Ribera 2.5.11 Otro
	2.6 Costas litorales	2.6.1 Acantilado 2.6.2 Bahía 2.6.3 Ensenada 2.6.4 Golfo 2.6.5 Playa 2.6.6 Punta 2.6.7 Rada 2.6.8 Fondeadero 2.6.9 Península 2.6.10 Cabo 2.6.11 Promontorio 2.6.12 Istmo 2.6.13 Estrecho 2.6.14 Otro
	2.7 Tierras insulares	2.7.1 Islas continentales 2.7.2 Islas oceánicas 2.7.3 Islas en espacios fluviales 2.7.4 Archipiélago 2.7.5 Islote 2.7.6 Cayo 2.7.7 Arrecife 2.7.8 Barra 2.7.9 Otras
	2.8 Lugares de caza y pesca	
	2.9 Lugares de observación de flora y fauna	
	2.10 Áreas protegidas	2.10.1 Sistema de parque nacionales naturales 2.10.2 Áreas con declaratorias departamentales 2.10.3 Áreas con declaratorias municipales 2.10.4 Reservas de la sociedad civil
	2.11 Aguas subterráneas	2.11.1 Aguas minerales 2.11.2 Aguas termales 2.11.3 Geyser 2.11.4 Otra
	2.12 Formaciones Carsicas	2.12.1 Cueva 2.12.2 Cavernas 2.12.3 Otro

Nota: Información tomada de Metodología para la elaboración de inventarios turísticos – MinCIT (2010).

5.2 Elaboración de inventarios turísticos

Los inventarios turísticos representan una herramienta de gran significado ya que aporta a la planificación turística para la elaboración de diversos productos, donde brindan información general y de interés sobre aquellos atractivos que por sus condiciones naturales y/o culturales motiva al desarrollo del turismo en cualquier región. Para la elaboración de un inventario turístico se deben cumplir cinco etapas.

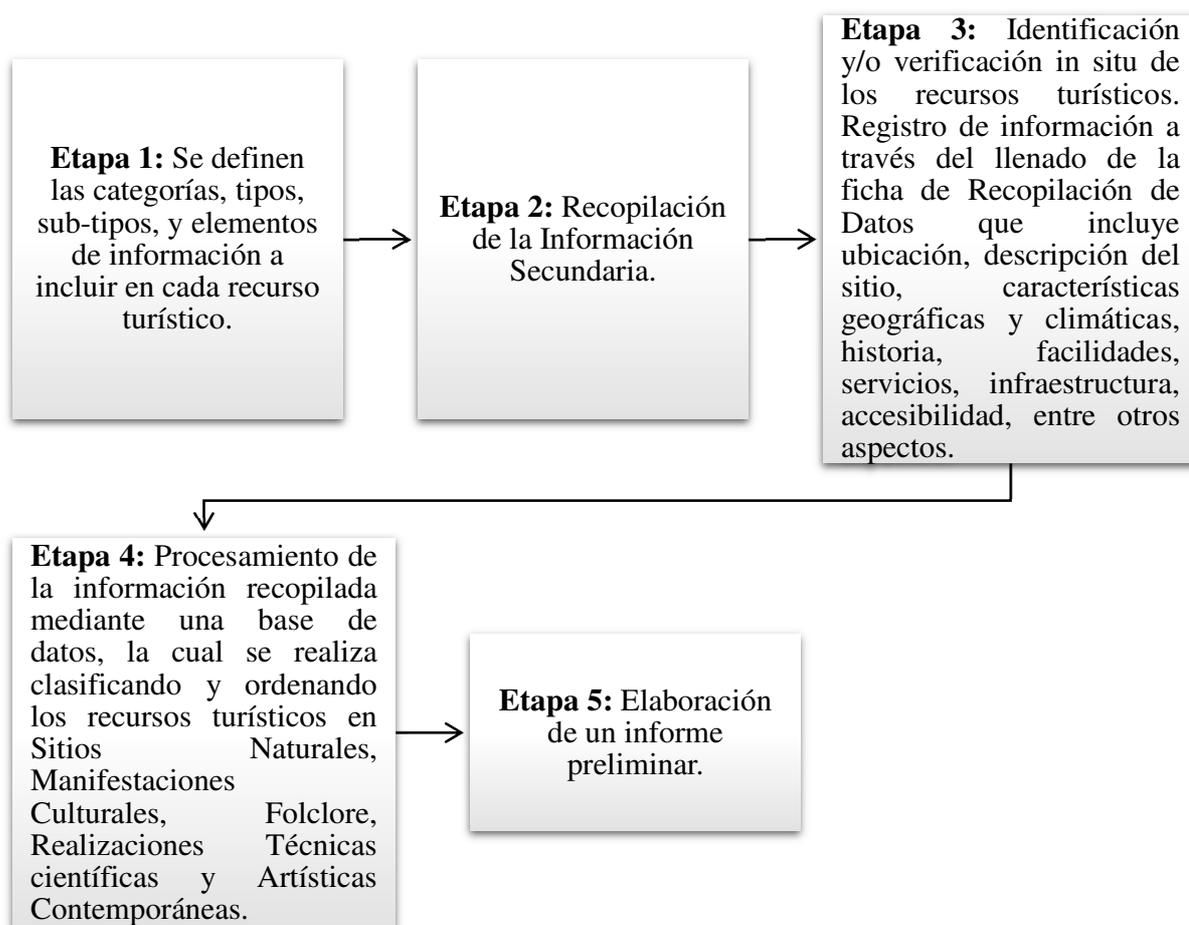


Figura 4. Elaboración de inventarios. Información tomada de MinCIT (2010). Elaboración propia.

5.3 Recursos

5.3.1 Inventarios turísticos.

Tabla 4.

Formato inventario sitios naturales

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Formulario 1. Sitios Naturales											
1. Generalidades											
1.1. Nombre	Mirador Peña de Sucre										
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio			Carmen de Carupa						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Sucre										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	21 km	1.9. Tipo de Acceso									
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	Aéreo				
1.11. Indicaciones para el acceso:	Se inicia desde el casco urbano del municipio, pasando por la vereda el Papayo hasta llegar a la vereda de Sucre, donde se encontrará el mirador.										
2. Características											
2.1. Código Asignado	2.1	Montañas									
2.2. Descripción:	2.1.13 Cerro										
A 7 Km del casco urbano del municipio de Carmen de Carupa. Presenta importante vegetación que ofrece una vista espectacular sobre los departamentos de Antioquia, Caldas, Boyacá y Tolima; en días despejados se logra visualizar el Volcán Nevado del Ruiz del Tolima. Fue el paso obligado de indígenas muzos, tausas y muiscas, de colonizadores, evangelizadores y comerciantes del siglo XVIII.											
3. Puntajes de valoración											
Calidad	Puntaje										
Sin contaminación del aire (10)	9										
Sin contaminación del agua (10)	9										
Sin contaminación visual (10)	9										
Sin contaminación sonora (10)	10										
Estado de conservación (10)	9										
Diversidad (10)	8										
Singularidad (10)	7										
Subtotal	61										
4. Significado											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6										
Total	67										
Diligenciado por:	Felipe Olarte				Fecha:	07 Septiembre de 2020					

Nota: Elaboración propia.

Tabla 5.

Formato Inventario sitios naturales

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Formulario 1. Sitios Naturales														
1. Generalidades														
1.1. Nombre	Chorros de Salinas													
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa											
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Salinas													
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	37 km	1.9. Tipo de Acceso												
		Terrestre	x	Acuático		Férreo		Aéreo						
1.11. Indicaciones para el acceso:	Inicia el recorrido por la vía principal de Carupa - Ubaté; llegando hasta el sitio las juntas, continuando por las veredas de Corralejas, Hato y posteriormente Salinas.													
2. Características														
2.1. Código Asignado	2.5	Aguas Loticas												
2.2. Descripción:	2.5.1 Cascada, catarata o salto													
Ubicado a 2.690 msnm y 22.5 km aproximadamente del perímetro urbano de Carmen de Carupa, en el sector Villa Lobos de la vereda Salinas se encuentran los majestuosos chorros de Salinas.														
3. Puntajes de valoración														
Calidad	Puntaje													
Sin contaminación del aire (10)	9													
Sin contaminación del agua (10)	9													
Sin contaminación visual (10)	9													
Sin contaminación sonora (10)	9													
Estado de conservación (10)	8													
Diversidad (10)	9													
Singularidad (10)	7													
Subtotal	60													
4. Significado														
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6													
Total	66													
Diligenciado por:	Felipe Olarte				Fecha:	07 Septiembre 2020								

Nota: Elaboración propia.

Tabla 6.

Formato Inventario sitios naturales

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Formulario 1. Sitios Naturales										
1. Generalidades										
1.1. Nombre	Cerros de Santuario									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Santuario									
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Dirección/Ubicación										
1.7. Teléfono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	21 km	1.9. Tipo de Acceso								
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	Aéreo			
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde el parque principal saliendo por la vereda Salitre, continua por Santa Dora y llegando a la parte alta de la vereda Santuario se encuentran estos importantes Cerros.									
2. Características										
2.1. Código Asignado	2.1	Montañas								
2.2. Descripción:	2.1.13 Cerro									
3. Puntajes de valoración										
Calidad								Puntaje		
Sin contaminación del aire (10)								9		
Sin contaminación del agua (10)								10		
Sin contaminación visual (10)								10		
Sin contaminación sonora (10)								9		
Estado de conservación (10)								9		
Diversidad (10)								9		
Singularidad (10)								8		
Subtotal								54		
4. Significado										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6						
Total				70						
Diligenciado por:	Felipe Olarte				Fecha:	07 Septiembre 2020				

Nota: Elaboración propia.

Tabla 7.

Formato inventario sitios naturales

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Formulario 1. Sitios Naturales											
1. Generalidades											
1.1. Nombre	Paramo de Guargua										
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casa Blanca										
1.8. Distancia	37 km	1.9. Tipo de Acceso									
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	Aéreo				
1.11. Indicaciones para el acceso:	Para el acceso a este sitio de interés existen dos rutas las cuales son: -La primera inicia en la vereda Playa y continua por las veredas de Chegua, Tudela y Casa Blanca, llegando a la parte alta de esta vereda; -La otra ruta inicia en la vereda Papayo y continua por la Peña de Sucre y la vereda Mortiño y en la parte alta llegando a Casa Blanca.										
2. Características											
2.1. Código Asignado	2.1	Montañas									
2.2. Descripción:	2.1.12 Paramo										
<p>En el Páramo de Guargua, en la Vereda (antiguamente Casablanca) actualmente Tudela (por división administrativa del 2009), se encuentran 250 hectáreas que corresponden a una hacienda antiguamente llamada "San Joaquín", hoy conocida como la "La Irlanda". Estas tierras situadas por encima de los 3,300 msnm son áreas en principio protegidas tituladas a particulares. Éstas 250 has son áreas en las que están "totalmente prohibidas las actividades antrópicas como la minería, agricultura, ganadería, construcción de vivienda e infraestructura vial, tala, rocería, caza, pesca, entre otras.</p>											
3. Puntajes de valoración											
Calidad	Puntaje										
Sin contaminación del aire (10)	10										
Sin contaminación del agua (10)	9										
Sin contaminación visual (10)	10										
Sin contaminación sonora (10)	9										
Estado de conservación (10)	9										
Diversidad (10)	9										
Singularidad (10)	8										
Subtotal	64										
4. Significado											
Local (6) Regional (12) Nacional (18)	12										
Internacional (30)											
Total	76										
Diligenciado por:	Felipe Olarte				Fecha:	07 Septiembre 2020					

Nota: Elaboración propia.

Tabla 8.

Formato inventario sitios naturales

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Formulario 1. Sitios Naturales											
1. Generalidades											
1.1. Nombre	Parque Embalse el Hato										
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Carmen de Carupa								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Hato										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	18 km	1.9. Tipo de Acceso									
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	Aéreo				
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde el municipio de Carmen de Carupa por la vía Carupa - Ubaté hasta el sector las juntas desviando por la vereda carralejas y posteriormente llegando a la vereda Hato.										
2. Características											
2.1. Código Asignado	2.4	Aguas lenticas									
2.2. Descripción:	2.4.5 Otro										
El parque embalse el Hato es una fuente de abastecimiento para el consumo humano, contando con 130 hectáreas y un sector turístico en donde se puede hacer ecoturismo, pesca deportiva, deportes acuáticos, bici turismo y donde se encuentra una gran variedad de flora y fauna. La gran variedad ecológica y cultural del embalse se aprecia en todo su esplendor donde hay actividades que no producen ningún impacto en el medio ambiente, respetando el patrimonio cultural e incentivando la conservación de espacios naturales.											
3. Puntaje de valoración											
Calidad	Puntaje										
Sin contaminación del aire (10)	9										
Sin contaminación del agua (10)	9										
Sin contaminación visual (10)	9										
Sin contaminación sonora (10)	8										
Estado de conservación (10)	9										
Diversidad (10)	8										
Singularidad (10)	7										
Subtotal	59										
4. Significado											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12										
Total	71										
Diligenciado por:	Felipe Olarte				Fecha:	07 Septiembre 2020					

Nota: Elaboración propia.

5.4 Valoración de los atractivos

La valoración de los atractivos turísticos se hace teniendo en cuenta dos grandes temas: calidad y significado. Los criterios de calidad varían de acuerdo con el atractivo que se esté evaluando. Hacen referencia al grado de conservación en el que se encuentre el atractivo. La calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable y se deben valorar todos los criterios para cada atractivo. Los puntajes propuestos son tope. Los criterios de significado hacen referencia al grado de reconocimiento que tiene el atractivo. Representan el 30% de la calificación.

5.4.1 Criterios para valoración de sitios naturales.

De acuerdo a la guía para la elaboración de inventarios turísticos presentado por el MinCIT (2010) En primer lugar se evalúa la calidad es decir el estado de conservación del atractivo a nivel ambiental, el deterioro del atractivo puede ser provocado por diferentes contaminantes que pueden ser primarios como residuos de petróleo, detergentes, plásticos, latas, restos orgánicos, residuos industriales, agrícolas y contaminantes secundarios que pueden ser ruidos, olores desagradables, obstrucción visual, mala disposición de basuras y la acción depredadora del hombre que es ocasionada por el uso irracional de los recursos.

Existen diferentes criterios para evaluar la calidad:

- ✓ Sin contaminación del aire: Este tipo de contaminación generalmente es causado por el smog producido por los automóviles, plantas petroleras y su afectación directa se ve reflejada en las plantas y los cultivos agrícolas.
- ✓ Sin contaminación del agua: Ocasionada por elementos químicos generalmente por el derrame de combustibles, otros elementos pueden ser los escurrimientos de fertilizantes utilizados en zonas agrícolas, uso de jabones y detergentes caseros que llegan a las fuentes hídricas.
- ✓ Sin contaminación visual: Provocada por arquitectura inadecuada, obstrucción visual, dispersión de basuras.
- ✓ Sin contaminación sonora: Hace referencia a la intensidad sonora que puede perturbar o afectar el disfrute del espacio y el ecosistema.
- ✓ Estado de conservación: situación en la que se encuentra la fauna y la flora del lugar.
- ✓ Diversidad: hace referencia a la riqueza de aspectos que se pueden observar en cuanto a flora y fauna, y hábitats o paisajes como vistas panorámicas, topografía, olores y visiones.

- ✓ Singularidad: rasgos únicos del lugar, en cuanto a flora y fauna denominados endemismo y en paisajes se determina como lugares que no se encuentra otro de características similares.

5.4.2 Significado.

Tabla 9.

Significado inventarios turísticos

Local	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
Regional	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
Nacional	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.
Internacional	Grado de reconocimiento del atractivo en dos o más países.

Nota: Información tomada de Metodología para la elaboración de inventarios turísticos – MinCIT (2010).

El significado de un atractivo turístico está determinado por el conocimiento que de él se tenga fuera del entorno local; cuando se identifica y se evidencia este reconocimiento en uno o más departamentos (se le asigna el puntaje correspondiente al significado regional); en el país (se le asigna el puntaje correspondiente al significado nacional); en dos o más países (se le asigna el puntaje correspondiente al significado internacional) (MinCIT, 2010).

5.4.3 Puntuación.

Tabla 10.

Puntuación de inventarios turísticos

		Puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	10
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	70
Significado	Local Regional	6
	Nacional	12
	Internacional	18
		30
	Total	30

Nota: Información tomada de Metodología para la elaboración de inventarios turísticos – MinCIT (2010).

5.5 Servicios complementarios

Tabla 11.

Alojamiento en Carmen de Carupa

Alojamiento						
Nombre	Dirección	Teléfono	Página web	¿Empresa formal?	Rnt	Precio habitación
Hotel Doña Ceci	Cr 4 No. 3-70	3219536530	No posee	No	No	\$ 15.000
Hotel el Carmen	Cr3 No. 3-24	3138290231	No posee	No	No	\$ 20.000
La Posada de Raquel	Calle 6 No. 3-36	3134426281	No posee	No	No	\$ 20.000
Posada María Luisa	Cr 3 No. 3-60	3118518516	No posee	No	No	\$ 10.000
Posada Edilma Ballén	Calle 2 No. 1-32	3123508085	No posee	No	No	\$ 15.000

Nota: Elaboración a partir de la gobernación de Cundinamarca (2017).

Tabla 12.

Restaurantes en Carmen de Carupa

Restaurantes				
Nombre	Dirección	Teléfono	Temática	Rango de precios
El sazón de Fercho	Calle 3 No. 3-72	3142065520	Comida típica	\$6.500 - \$12.000
Doña Alicia	Calle 3 No. 4-39	3102945880	Almuerzo ejecutivo y especial	\$6.500 - \$11.000
Asaderos de pollos parque principal	Calle 3 No. 3-44	3212034275	Almuerzo ejecutivo y especial	\$7.000 - \$15.000
Tamales Doña Graciela	Calle 2 No. 2-30	3208367556	Comida típica	\$ 3.000
Restaurante	Calle 4 No. 6-12	3114834032	Comida típica	\$6.500 - \$10.000
Piqueteadero	Carrera 4 No. 4-03	3214804893	Comida típica	\$7.000 - \$20.000
Yo si soy el pollo	Calle 3 No. 4-57	3125024882	Almuerzo ejecutivo y especial	\$12.000 - \$24.000
La frontera	Km7 vía Carmen de Carupa-Ubaté	3132029128	Almuerzo ejecutivo y especial	\$12.000 - \$24.000

Nota: Elaboración a partir de la gobernación de Cundinamarca (2017).

Tabla 13.

Comercio de Carmen de Carupa

Aojamiento			
Tipo	Nombre	Dirección	Teléfono
Droguería	Droguería San Roque	Calle 3 No. 3-58	3133394710
	La botica de Fercho	Calle 3 No. 4-86	3103223481
	Drogas San José	Calle 3 No. 3-30	3102918165
	Droguería Nubia	Calle 3 No. 3-24	3108876145
Zona Comercial	El palacio de la moda	Calle 3 No. 4-18	3115195590
Ropa y calzado	Almacén de ropa	Calle 3 No. 4-13	3195466568
Bomba de gasolina	Bomba terpel	500 mts salida San José	3112080238
Culto religiosa	Nuestra Señora del Carmen	Calle 2 No. 2-34	No suministrado
	Iglesia evangélica	Carrera 4 No. 3-81	3142300768
Otros	Panadería Peter pan	Calle 3 No. 3-60	3114927232
	Mega tortas el Carmen	Calle 3 No. 3-10	3112934086
	Supermercado Cafetería	Calle 3 No. 4-53	3132208328
	Juliancho panadería	Calle 3 No. 4-02	3118293114
	Banco Agrario de Colombia	Calle 2 esquina	No suministrado
	Autoservicio la esperanza	Calle 3 No. 3-49	8554000

Nota: Elaboración a partir de la gobernación de Cundinamarca (2017).

5.6 Disposición final

Los inventarios turísticos son una herramienta de gran importancia a la hora de planificar la actividad turística de un lugar o región, donde permite establecer los recursos potenciales con los que se cuenta, realizando una clasificación pertinente y estableciendo los valores acordes a las características específicas de los atractivos. Toda esta información debe estar documentada para mantener un seguimiento continuo a los diferentes recursos y atractivos, y una constante actualización de la valorización de puntajes, según su estado actual.

Carmen de Carupa cuenta con recursos y atractivos naturales de gran potencial para la adopción de actividades turísticas, como el biciturismo, apreciación de paisajes, observación de flora y fauna, entre otras actividades, gracias a su gran extensión de terreno natural presenta unas condiciones apropiadas para el desarrollo del turismo, enfocándolo a la conservación y preservación de los distintos lugares potenciales. Gracias a este inventario se puede iniciar con una integración más efectiva de los lugares a diversos diseños de productos turísticos, teniendo en cuenta otras características importantes para el desarrollo óptimo, como el perfil del turista, tipo de turismo, entre otros, para incentivar el crecimiento del turismo en el municipio de Carmen de Carupa.

6. Capítulo II Perfil del turista potencial para optar por el paquete turístico por el municipio de Carmen de Carupa

6.1 Perfil del turista

Para lograr un diseño de un producto turístico eficaz, se debe comprender una serie de factores claves para la planificación del mismo, entre los cuales se encuentra la determinación del perfil del turista potencial. Este hace referencia al conocimiento de diversas variables como demográficas, sociales, económicas, entre otras, que permiten establecer una segmentación donde se busca encontrar el turista potencial para la elaboración del paquete turístico, respondiendo a sus principales necesidades.

Para Madrazo (2000) el perfil del turista representa los gustos y preferencias que pueden depender de las condiciones sociales, económicas, culturales, y de salud de cada persona, estableciendo un patrón de comportamiento. También se puede establecer que el perfil del turista se puede ver influenciado por factores externos que pueden condicionar el estilo de vida por los diversos procesos de innovación en la tecnología. Es por eso que, para obtener un buen análisis del perfil del turista, se debe hablar de lo que se puede denominar como demanda turística.

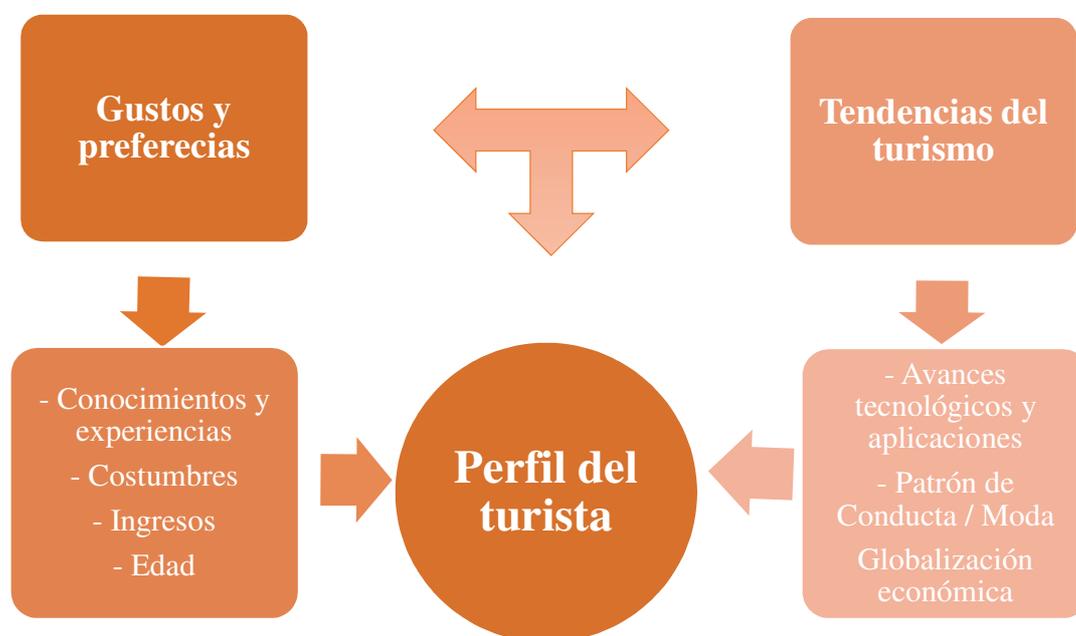


Figura 5. Perfil del Turista. Elaboración propia (2020).

6.1.1 Demanda turística.

Para Cooper (1997) establece que se debe comenzar con una clasificación clara de la demanda turística, la cual la clasifica en tres grandes grupos. El primero habla de la demanda efectiva o actual, la cual es el número de personas que actualmente participan en la actividad turística, que tiene una medición más efectiva gracias a las diferentes estadísticas mundiales. En segundo lugar, habla de la no efectiva, que establece a aquella población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo distingue la demanda potencial que se refiere a aquellos que posiblemente pueden viajar en el futuro; y la demanda diferida que establece a aquellas personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta del destino; y en tercer lugar habla de la no demanda como tal que se caracteriza por aquellas personas que simplemente no quieren ni desean viajar.

Según Fernández (2006) la demanda turística se debe a partir de que las personas poseen unas condiciones esenciales como tiempo libre o disponible para viajar; ingresos personales o fuentes financieras para los gastos del viaje; y el interés o necesidad de realizar el viaje. Para la OMT (2002) la demanda turística hace referencia al conjunto de turistas que de forma individual o colectiva se motivan por una serie de servicios o productos turísticos que cumplen sus necesidades. También se puede definir económicamente como la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento determinado.

6.2 Tabulación cuestionario

6.2.1 Género.

Tabla 14.

Perfil del turista - Género

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Masculino	79	55%
Femenino	63	44%
Otro	1	1%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

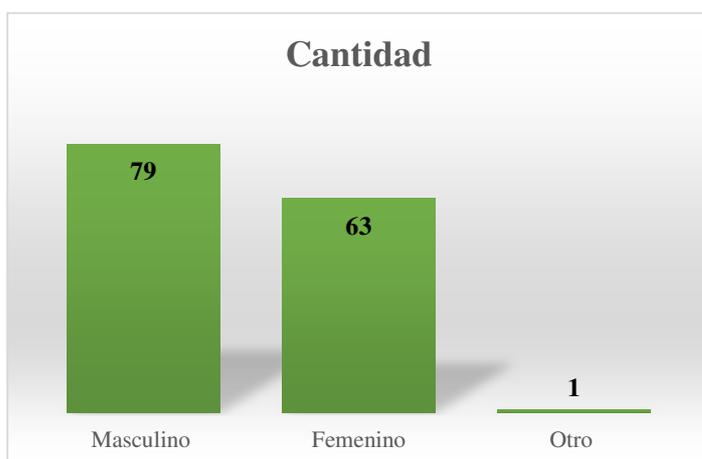


Figura 6. Perfil del Turista. Cantidad Género. Elaboración propia (2020).

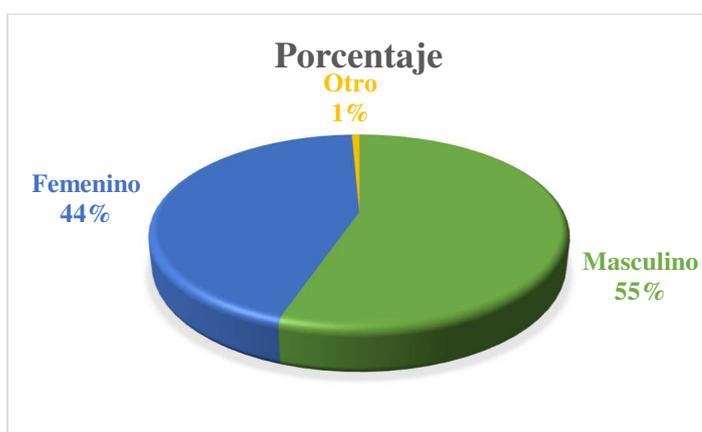


Figura 7. Perfil del Turista. Porcentaje de Género. Elaboración propia (2020).

De acuerdo con el total de los 143 encuestados, 79 personas corresponden al género masculino que equivale a un 55% por ciento; 63 personas son femeninas que representan un 44% por ciento; y 1 persona identifica su género como otro, representando aproximadamente el 1% por ciento del total.

6.2.2 Lugar de residencia.

Tabla 15.

Perfil del turista - Lugar de residencia

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Chía	62	43%
Bogotá	40	28%
Cajicá	10	7%
Cota	8	6%
Fusagasugá	5	3%
Zipaquirá	4	3%
Carmen de Carupa	2	1%
Funza	2	1%
Tenjo	2	1%
Tunja	2	1%
Cogua	1	1%
Arcabuco-Boyacá	1	1%
Arbeláez	1	1%
Cachipay	1	1%
Facatativá	1	1%
Garagoa-Boyaca	1	1%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

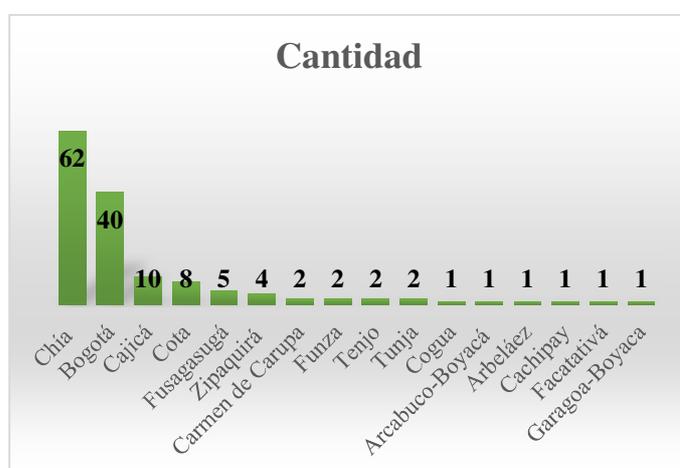


Figura 8. Perfil del Turista. Lugar de residencia. Elaboración propia (2020).

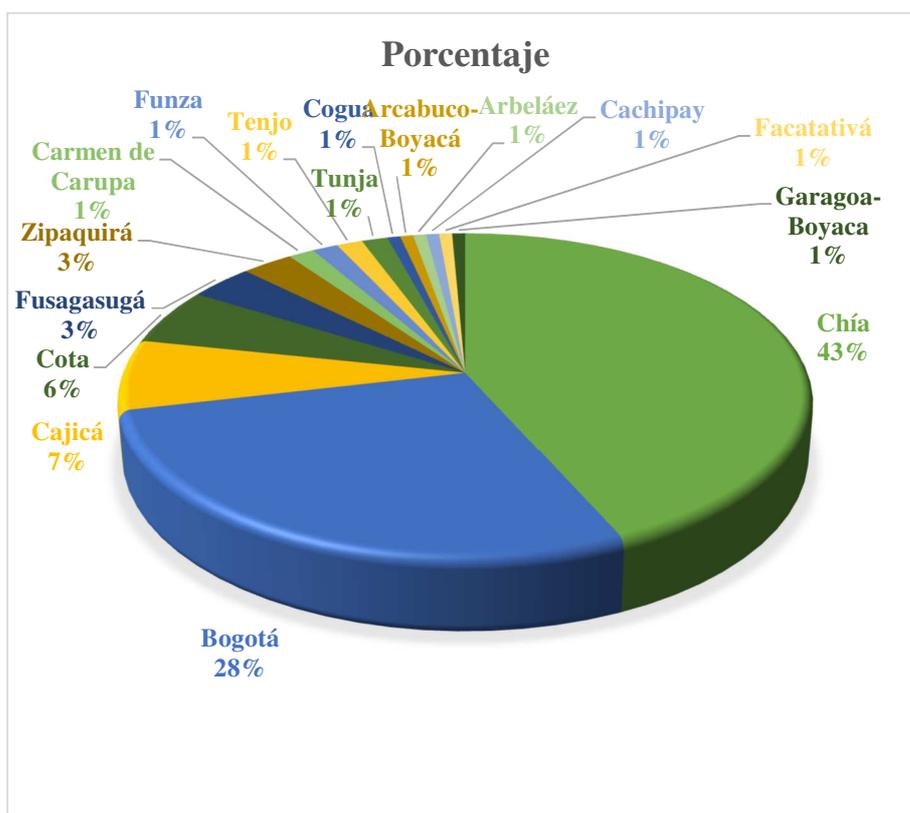


Figura 9. Perfil del Turista. Porcentaje de lugar de residencia. Elaboración propia (2020).

Del total de los 143 encuestados, se analiza que 62 personas pertenecen al municipio de Chía – Cundinamarca, representando un 43%; 40 personas residen en la ciudad de Bogotá, obteniendo un 28% por ciento del total de encuestados; 10 personas son del municipio de Cajicá – Cundinamarca, representando un 7% por ciento; 8 personas son del municipio de Cota – Cundinamarca, los cuales representan un 6% por ciento; 5 personas hacen parte de Fusagasugá, representando un 3% por ciento; 4 personas residen en el municipio de Zipaquirá, que equivale a un 3% por ciento aproximado; para los lugares de Carmen de Carupa, Funza, Tenjo y Tunja, cada uno obtuvo 2 personas, representando un 1% por ciento; y los lugares de Cogua, Arcabuco, Arbeláez, Cachipay, Facatativá y Garagoa, obtuvieron de a 1 persona, representando un 1% aproximadamente del total de los encuestados.

6.2.3 Rango de edad.

Tabla 16.

Perfil del turista - Rango de edad

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Menos de 18 años	2	1%
Entre 18 y 27 años	106	74%
Entre 28 y 37 años	30	21%
Entre 38 y 47 años	3	2%
Entre 48 y 57 años	2	1%
Más de 57 años	0	0%
Total	143	100%

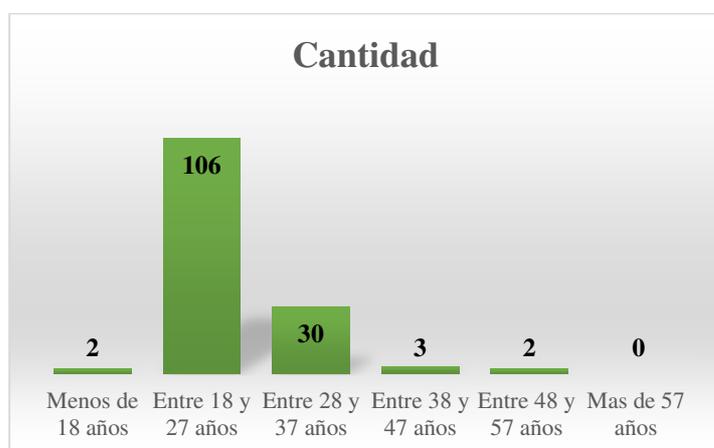


Figura 10. Perfil del Turista. Rango de edad. Elaboración propia (2020).

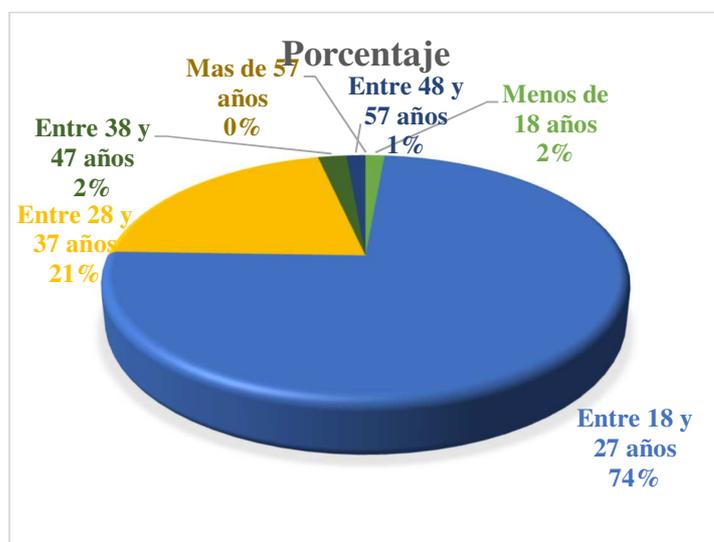


Figura 11. Perfil del Turista. Porcentaje Rango de edad. Elaboración propia (2020).

De acuerdo del total de encuestados, se puede ver que 106 personas se encuentran en un rango de edad entre 18 años y los 27 años, representado un 74% por ciento; 30 personas se encuentran en

un rango entre los 28 y 37 años, obteniendo un 21% por ciento; 3 personas se encuentran entre los 38 y 47 años, representando un 2% por ciento; 2 personas se encuentran en el rango entre los 48 y 57 años; y otras 2 personas están en el rango de menos de 18 años, representado estas dos últimas un 1% por ciento aproximado del total de encuestados.

6.2.4 Estrato socioeconómico.

Tabla 17.

Perfil del turista - Estrato

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Estrato 1	6	4%
Estrato 2	59	41%
Estrato 3	61	43%
Estrato 4	16	11%
Estrato 5	1	1%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

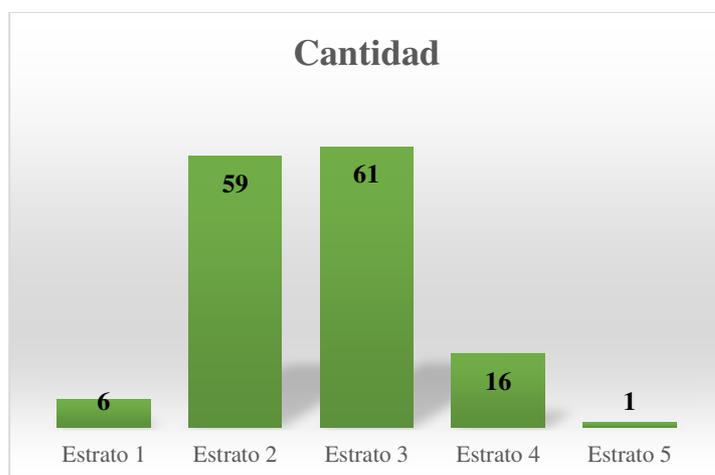


Figura 12. Perfil del Turista. Estrato. Elaboración propia (2020).



Figura 13. Perfil del Turista. Porcentaje de estrato. Elaboración propia (2020).

Del total de los 143 encuestados, se puede evidenciar que el estrato con mayor porcentaje es el estrato 3, con un porcentaje de 43% por ciento y una cantidad de 61 personas; seguidamente se encuentra el estrato 2, con un porcentaje de 41% por ciento y un total de 59 personas; luego se encuentra el estrato 4, con un porcentaje de 11% por ciento y una cantidad de 16 personas; el estrato 1 representa un 4% por ciento con un total de 6 personas; y el estrato 5 se encuentra en último lugar con una persona, representando un 1% por ciento aproximado.

6.2.5 Nivel de estudios.

Tabla 18.

Perfil del turista - Nivel de estudios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Bachiller	33	23%
Técnico	24	17%
Tecnólogo	15	10%
Profesional	71	50%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

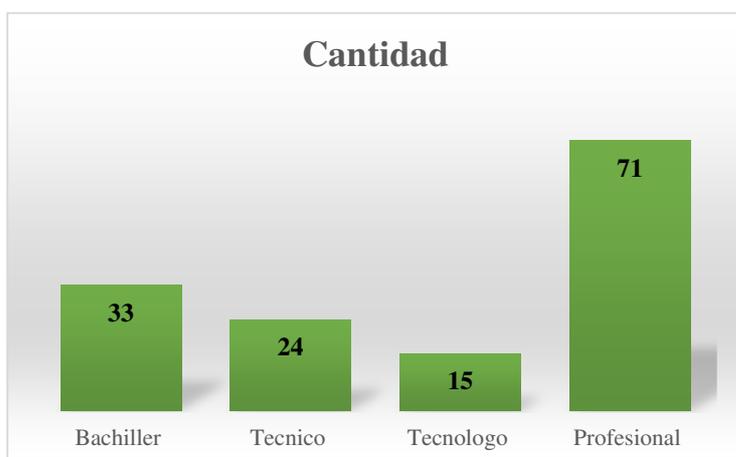


Figura 14. Perfil del Turista. Nivel de estudios. Elaboración propia (2020).

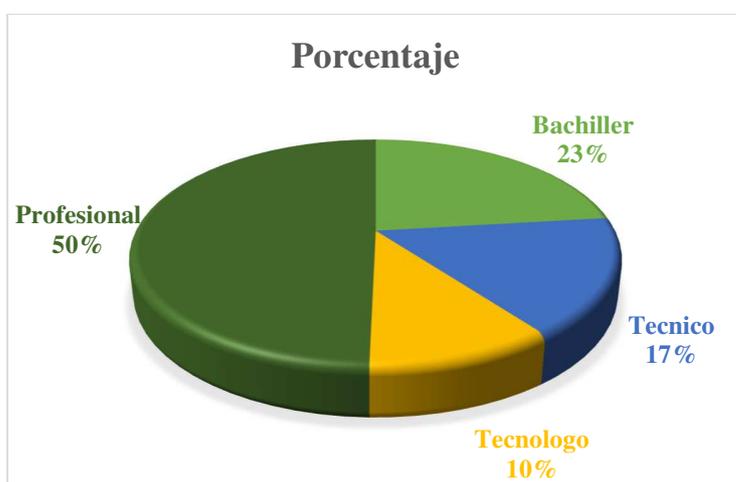


Figura 15. Perfil del Turista. Porcentaje de nivel de estudio. Elaboración propia (2020).

Del total de los 143 encuestados, se puede establecer que casi la mitad del total tiene un nivel de estudios como profesional con un total de 71 personas, que representan un 50% por ciento aproximado; 33 personas cuentan con un nivel de estudios de bachiller, representando un 23% por ciento; luego se encuentran los de nivel técnico con un 17% por ciento que equivale a 24 personas; y los de nivel tecnológico con un 10% por ciento que equivale a 15 personas del total de encuestados.

6.2.6 Ocupación.

Tabla 19.

Perfil del turista - Ocupación

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	78	55%
Empleado	46	32%
Independiente	17	12%
Otro	2	1%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

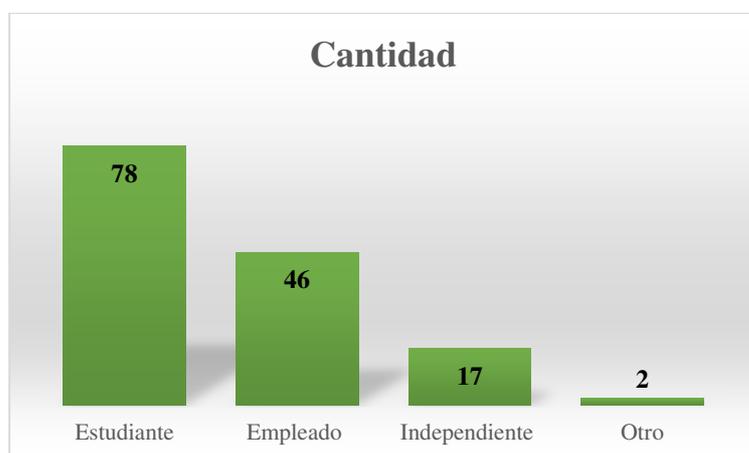


Figura 16. Perfil del Turista. Ocupación. Elaboración propia (2020).



Figura 17. Perfil del Turista. Porcentaje de ocupación. Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestados se puede analizar que 78 personas son estudiantes, representando un 55% por ciento; 46 tienen una ocupación como empleados, representando un 32% por ciento; 17 personas son independientes, representando un 12% por ciento; y 2 personas se encuentran en otro nivel de ocupación, representando el 1% aproximadamente.

6.2.7 Por lo general, ¿con cuántas personas viaja?

Tabla 20.

Perfil del turista - ¿Con cuántas personas viaja?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 3 personas	67	47%
De 4 a 6 personas	64	45%
De 7 a 9 personas	1	1%
Más de 9 personas	11	7%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

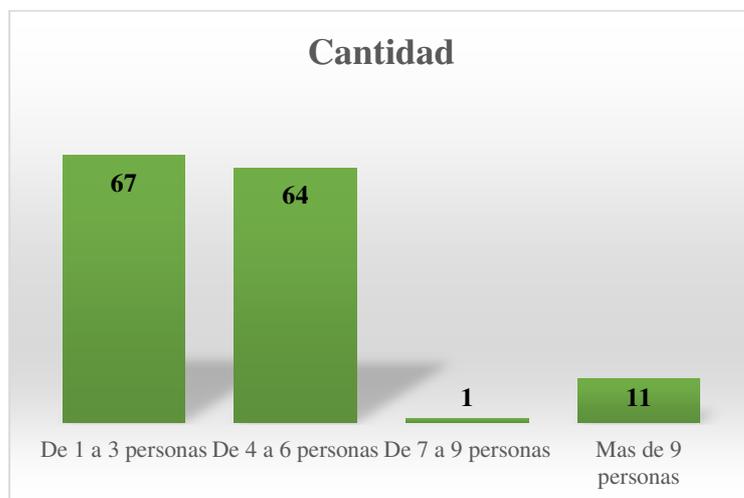


Figura 18. Perfil del Turista. Personas con las que viaja. Elaboración propia (2020).

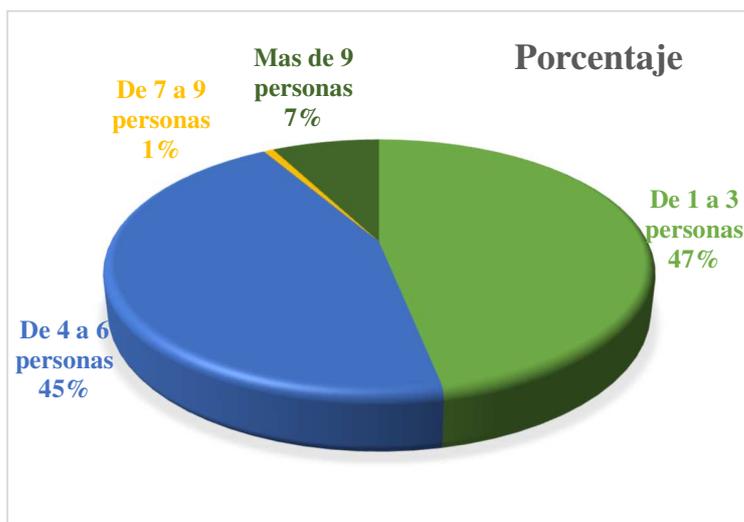


Figura 19. Perfil del Turista. Porcentaje de personas con las que viaja. Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestados se puede evidenciar que 67 personas por lo general viajan con 1 a 3 personas representando un 47% por ciento; 64 personas viajan con 4 a 6 personas representando un 45% por ciento; 11 personas por lo general viajan con más de 9 personas representando un 7% por ciento; y 1 persona viaja con 7 a 9 personas representando un 1% por ciento aproximadamente del total.

6.2.8 ¿Cuál es el principal motivo de viaje?

Tabla 21.

Perfil del turista - ¿Cuál es el principal motivo de viaje?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Recreación/ocio	81	27%
Vacaciones	108	36%
Visitas familiares	74	24%
Actividad deportiva	26	8%
Salud	5	2%
Negocios	5	2%
Fines Académicos	3	1%
Total	302	100%

Nota: Elaboración propia.

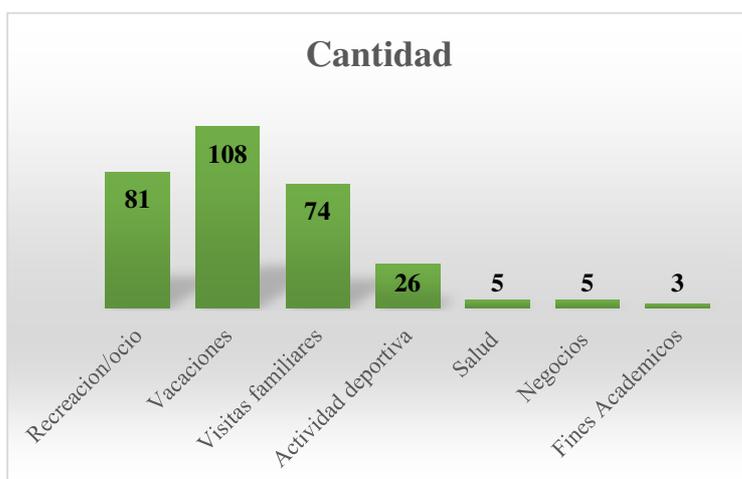


Figura 20. Perfil del Turista. Motivo de viaje. Elaboración propia (2020).

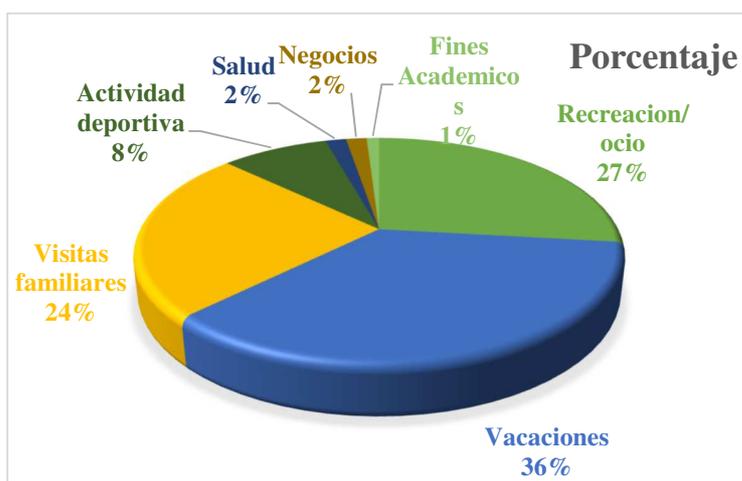


Figura 21. Perfil del Turista. Porcentaje de motivo de viaje. Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestados, teniendo en cuenta que esta pregunta tenía la posibilidad de escoger varias opciones, 108 personas tienen la principal motivación de viaje como vacaciones, representando un 36% por ciento; 81 personas dicen que el motivo es por recreación y ocio, representando un 27% por ciento; 74 personas realizan visitas familiares como motivo de viaje, representando un 24% por ciento; 26 personas lo hacen por actividad deportiva, representando un 8% por ciento; 5 personas establecen que el motivo es salud y negocios, representando un 2%; y por último, 3 personas lo hacen por fines académicos, representando un 1% por ciento aproximadamente.

6.2.9 ¿Cada cuánto realiza visitas y/o actividades en entornos naturales en bicicleta?

Tabla 22.

Perfil del turista - ¿Cada cuánto realiza visitas y/o actividades en entornos naturales en bicicleta?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Semanal	26	18%
Mensual	48	34%
Anual	27	19%
Ninguna	42	29%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

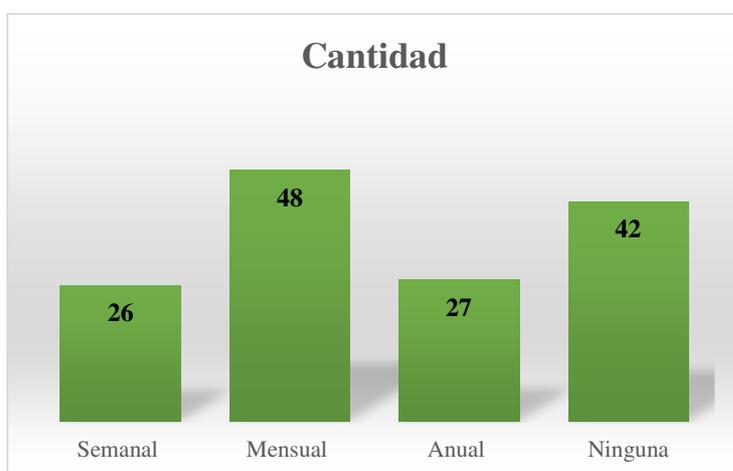


Figura 22. Perfil del Turista. Visitas en entorno naturales en bicicleta. Elaboración propia (2020).

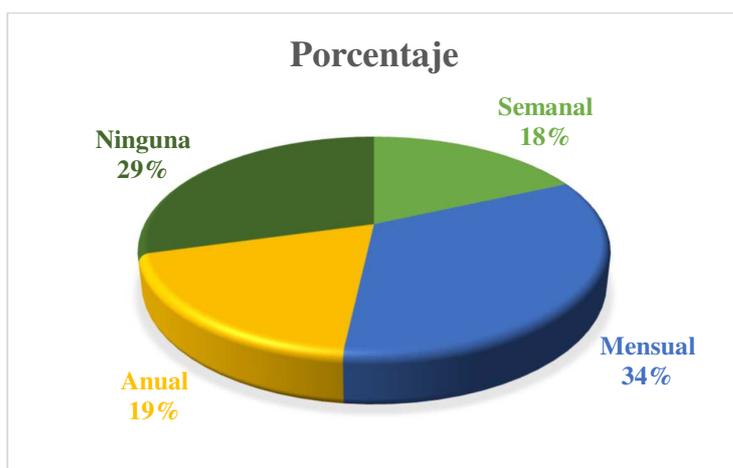


Figura 23. Perfil del Turista. Porcentaje de visitas en entornos naturales en bicicleta. Elaboración propia (2020).

De acuerdo con el total de los encuestados, se puede analizar que el 34% por ciento realizan esta visita mensual, que equivale a 48 personas; 42 personas no realizan ninguna actividad o visita, representando un 29% por ciento; un 19% por ciento las realiza anual que equivale a 27 personas; y 26 personas la realizan cada semana representando un 18% por ciento.

6.2.10 ¿Cuál es el presupuesto con el que contaría para realizar viajes de turismo en bicicleta por día y por persona?

Tabla 23.

Perfil del turista - ¿Cuál es el presupuesto con el que contaría para realizar viajes de turismo en bicicleta por día y por persona?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
De \$40.000 a \$50.000	81	57%
De \$51.000 a \$60.000	38	26%
De \$61.000 a \$70.000	13	9%
Más de \$70.000	11	8%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

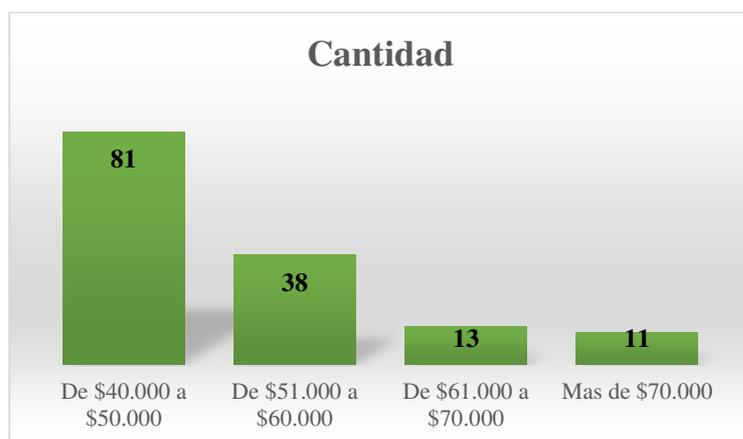


Figura 24. Perfil del Turista. Presupuesto para un viaje por día y por persona. Elaboración propia (2020).

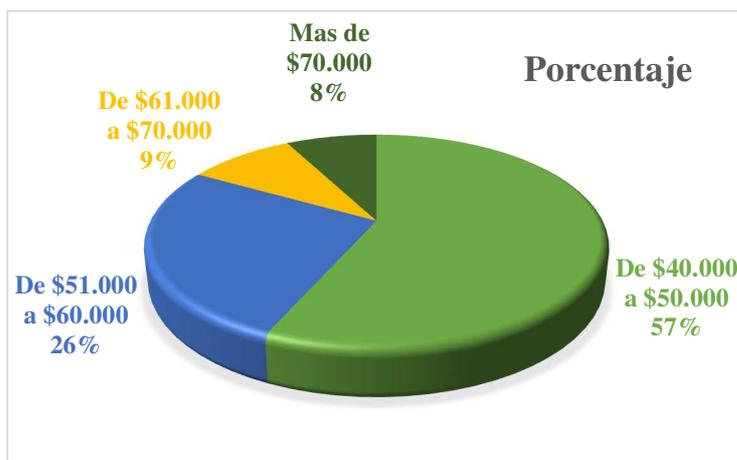


Figura 25. Perfil del Turista. Porcentaje de presupuesto para viaje por día y por persona. Elaboración propia (2020).

De acuerdo al total de encuestados se puede evidenciar que 80 personas estarían dispuestas a invertir entre \$40.000 y \$50.000 COP que equivale a un 57% por ciento del total; 38 personas estarían dispuestas a pagar entre \$51.000 y \$60.000 COP que equivale a un 26% por ciento del total; 13 personas estarían dispuestas a pagar entre \$61.000 y \$70.000 COP que equivale a un 9% por ciento; y 11 personas estarían dispuestas a pagar más de \$70.000 COP que equivale a un 8% por ciento.

6.2.11 ¿Ha realizado actividades de biciturismo?

Tabla 24.

Perfil del turista - ¿Ha realizado actividades de biciturismo?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	32	22%
No	111	78%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

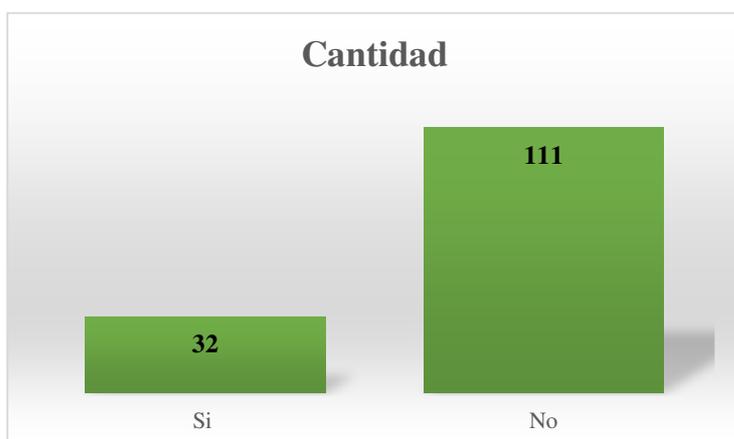


Figura 26. Perfil del Turista. ¿Ha realizado actividades de biciturismo? Elaboración propia (2020).

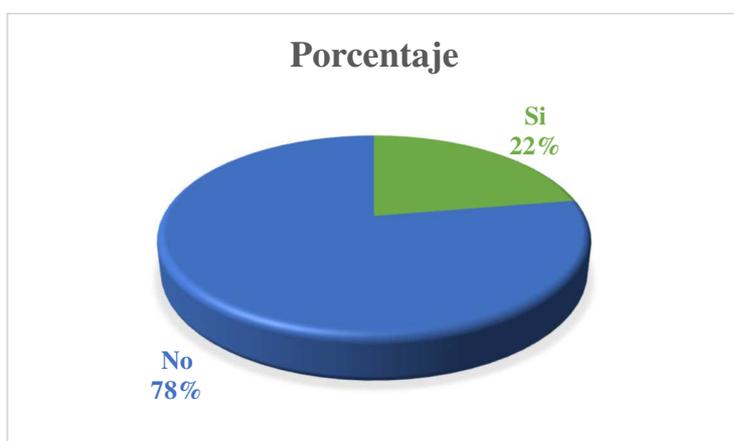


Figura 27. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Ha realizado actividades de biciturismo? Elaboración propia (2020).

Del total de los 143 encuestados, se puede analizar que 111 personas no han realizado actividades de biciturismo, lo que equivale a un 78% por ciento del total; y 32 personas si han realizado dichas actividades, lo que corresponde a un 22% por ciento del total.

6.2.12 Si su respuesta anterior fue si, ¿cada cuánto realiza este tipo de actividad?

Tabla 25.

Perfil del turista - ¿Cada cuánto realiza este tipo de actividad?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Cada semana	4	11%
Cada dos semanas	3	8%
Cada tres semanas	5	14%
Cada mes	24	67%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia.

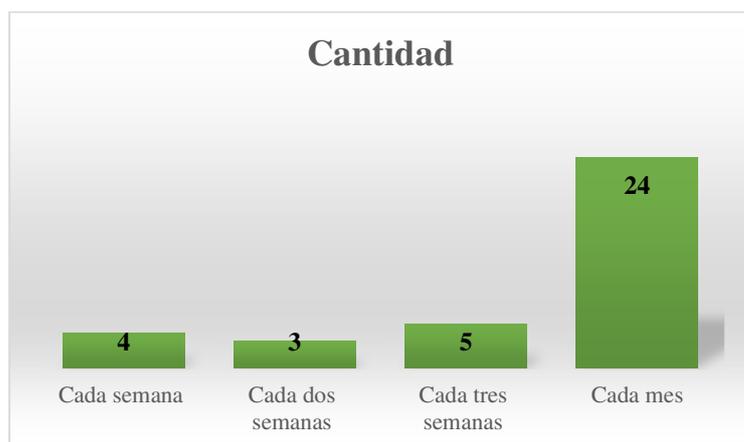


Figura 28. Perfil del Turista. ¿Cada cuánto realiza este tipo de actividad? Elaboración propia (2020).

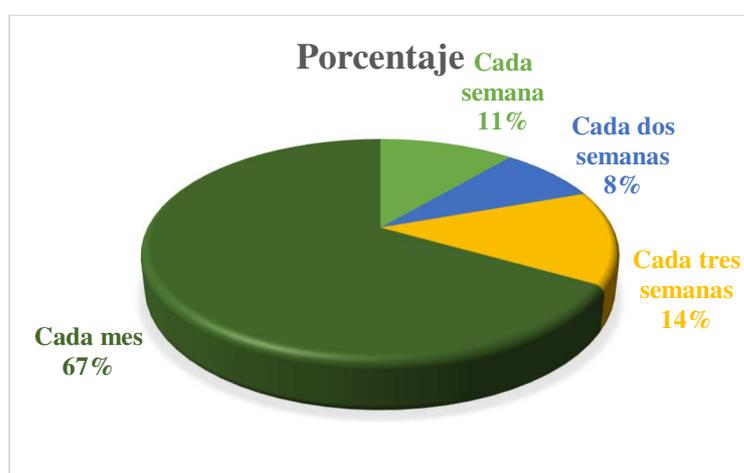


Figura 29. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿cada cuánto realiza este tipo de actividad? Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestado que respondieron si a la pregunta anterior, se puede ver que 24 personas realizan estas actividades cada mes, representando un 67% por ciento; 5 personas las

realizan cada tres semanas, lo que equivale a un 14% por ciento; 4 personas las realizan cada semana, lo que equivale a un 11% por ciento; y 3 personas las realizan cada dos semanas, representando un 8% por ciento.

6.2.13 ¿Ha adquirido paquetes turísticos para realizar actividades de biciturismo?

Tabla 26.

Perfil del turista - ¿Ha adquirido paquetes turísticos para realizar actividades de biciturismo?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	143	100%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.



Figura 30. Perfil del Turista. ¿Ha adquirido paquetes turísticos para actividades de biciturismo?

Elaboración propia (2020).



Figura 31. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Ha adquirido paquetes turísticos para actividades de biciturismo? Elaboración propia (2020).

De acuerdo con los 143 encuestados, se puede evidenciar que ninguna de las personas ha adquirido algún paquete turístico que sea enfocado a biciturismo, representando el 100% por ciento.

6.2.14 ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa – Cundinamarca?

Tabla 27.

Perfil del turista - ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa - Cundinamarca?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	109	76%
No	34	24%
Total	143	100%

Nota: Elaboración propia.

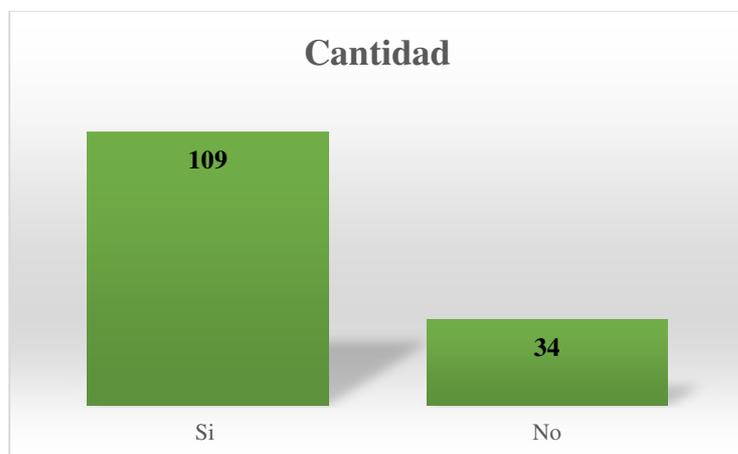


Figura 32. Perfil del Turista. ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en Carmen de Carupa? Elaboración propia (2020).

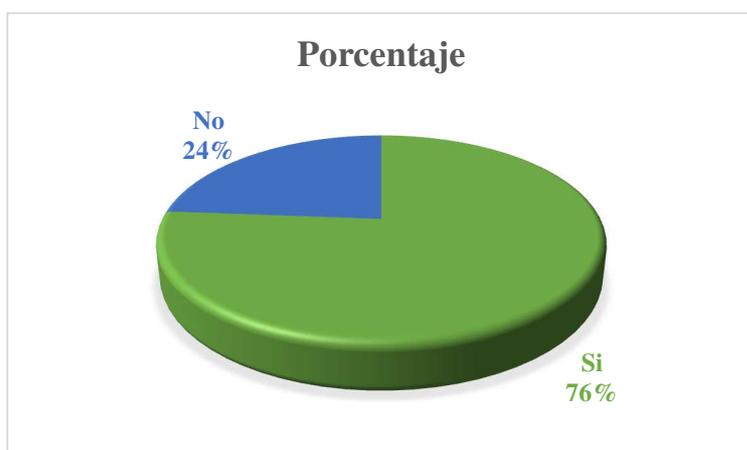


Figura 33. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en Carmen de Carupa? Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestados, se puede evidenciar que 109 personas si les gustaría adquirir un paquete turístico enfocado a biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa, lo que representa un 76% por ciento del total; y, por el contrario, 34 personas no lo adquirirían lo que representa un 24% por ciento del total de encuestados.

6.2.15 Si su respuesta anterior fue sí ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?

Tabla 28.

Perfil del turista - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
De \$30.000 y \$60.000	59	52%
De \$61.000 y \$90.000	45	40%
De \$91.000 y \$120.000	7	6%
Más de \$120.000	2	2%
Total	113	100%

Nota: Elaboración propia.

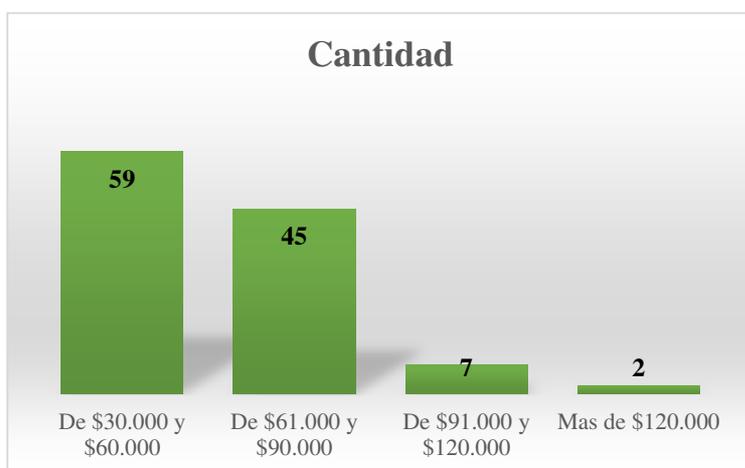


Figura 34. Perfil del Turista. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico? Elaboración propia (2020).



Figura 35. Perfil del Turista. Porcentaje de ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico? Elaboración propia (2020).

Del total de los encuestado que respondieron sí a la pregunta anterior, se puede evidenciar que 59 personas estarían dispuestas a pagar de \$30.000 a \$60.000 COP por el paquete turístico, representando un 52% por ciento; 45 personas estarían dispuestas a pagar de \$61.000 a \$90.000 COP por el paquete turístico, lo que equivale a un 40% por ciento; 7 personas estarían dispuestas a pagar de \$91.000 a \$120.000 COP por el paquete, lo que equivale a un 6% por ciento; y 2 personas estarían dispuestas a pagar más de \$120.000 COP por el paquete, representando un 2% por ciento.

6.3 Análisis del perfil del turista potencial

De acuerdo con los resultados obtenidos por la realización de la encuesta para determinar el perfil potencial para optar por el paquete turístico, en primera instancia se evidencia que el mayor porcentaje lo representaron el género masculino, donde se puede deducir que hoy en día las principales actividades que se asocian con biciturismo la están realizando los hombres, a pesar de que las mujeres también representan un buen porcentaje dentro de este estudio. En cuanto a la procedencia o lugar de residencia se establece que la mayor parte de encuestados se encuentran dentro de municipios pertenecientes a Cundinamarca, teniendo en cuenta que otro porcentaje importante son las personas que residen en Bogotá.

Cabe resaltar que otro punto importante son los rangos de edad, encontrándose que los principales porcentajes se encuentran entre las edades de 18 a 27 años, y edades entre 28 a 37 años, donde el primer rango representa un 74% por ciento, y el segundo rango ocupa un 21% por ciento, donde refleja claramente que más del 90% por ciento de los encuestados se encuentran dentro de esas edades, dando un panorama clave en cuanto a que edades se debe enfocar el paquete turístico. Así mismo, se evidencia que el estrato socioeconómico principalmente predomina en los estratos 2 y 3, representando un 84% por ciento en total.

Por otra parte, los resultados demuestran que el nivel de estudios que mayor porcentaje representa es el profesional con el 50% por ciento. Haciendo una comparación con la ocupación que actualmente desempeñan, se encuentra que más del 50% por ciento aún sigue en etapa de estudiante, seguidamente de un alto porcentaje de aquellos que son empleados o cuentan actualmente con un empleo representando un 32% por ciento, sin dejar atrás a aquellos que son independientes con un porcentaje del 11% por ciento.

En cuanto a los principales motivos para realizar un viaje, las personas encuestadas tenían la posibilidad de escoger varias opciones, en la cual unos de los principales motivos son las vacaciones representando más del 35% por ciento, seguidamente de los motivos de ocio/recreación y visita a familiares con un 27% por ciento y 25% por ciento respectivamente, estableciendo que las principales motivaciones para realizar un viaje son las anteriormente mencionadas. Un punto clave de este aspecto es que el paquete turístico que se propone en este trabajo debe realizar actividades de biciturismo de un nivel bajo-medio, ya que solo un 8% por ciento se enfoca en

actividades deportivas. El número de acompañantes con los que se viaja esencialmente se encuentra en un rango de 1 a 6 personas, representando más del 90% por ciento.

Aunque en los resultados se analiza que buena parte de las personas realizan actividades en entornos naturales utilizando la bicicleta, ya sea semanal, mensual o anual, también se evidencia que un porcentaje importante no realiza este tipo de actividades, donde representa casi el 30% por ciento. No obstante, las personas contarían con un presupuesto de inversión en el viaje que oscila entre los \$50.000 y \$60.000 COP por persona y por día, estableciendo un porcentaje de más del 75% por ciento de las personas encuestadas. Lo anteriormente mencionado son aspectos importantes a la hora de proponer el paquete turístico, para que este sea llamativo y cautive al turista potencial.

Otro factor clave que se puede analizar es aquel donde las personas en un 78% por ciento no ha realizado actividades de biciturismo y el 100% por ciento de los encuestado no ha adquirido ningún paquete turístico que se enfoque en este tipo de actividad, de los cuales un 76% por ciento estarían dispuestos a adquirir un paquete turístico con esas características, por lo que se puede deducir que tal vez el biciturismo aún no ha tenido un auge importante en la industria turística, por lo que esto podría representar una gran oportunidad a la hora de proponer el paquete turístico de esta investigación, incentivando y motivando a las personas para que conozcan esta nueva alternativa de explorar distintos lugares que las personas posiblemente ni sepan de ellos y admirando todas las riquezas naturales de los alrededores.

6.4 Disposición final

Este capítulo da un panorama clave al momento de determinar el perfil potencial para optar por el paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa, donde se realizaron un total de 143 encuestas con el fin de conocer e identificar aquellos aspectos más relevantes de las personas al momento de realizar algún tipo de actividad que se relacione con el uso de la bicicleta como medio de transporte. Este tipo de instrumentos es de gran importancia al momento de realizar la investigación ya que ayuda a determinar con más detalle una serie de variables demográficas, económicas y sociales, estableciendo patrones de referencia para el diseño del paquete que se ajuste mejor a las necesidades de los turistas.

De acuerdo a lo anterior y a los resultados obtenidos de dichas encuestas se puede partir de la premisa que hoy en día se ha incrementado el uso de la bicicleta para cualquier tipo de actividad

como lo puede ser deportiva, de turismo, de ocio, entre otros, lo cual abre una gran oportunidad para el diseño del paquete turístico que se enfoque al biciturismo, ya que más del 50% del total de encuestados estaría dispuesto a optar por un paquete de dichas características, teniendo en cuenta sus necesidades y llevado de la mano con una buena planificación y correcta estructuración.

7. Capítulo III Diseño de un paquete turístico para el desarrollo de actividades turísticas en el municipio de Carmen de Carupa

El siguiente capítulo muestra y habla de las principales características y componentes que debe contener un paquete turístico, así como el proceso de elaboración que se debe manejar para lograr un resultado óptimo y que se ajuste a las necesidades de los turistas al momento de optar por dicha propuesta. Así mismo, se presentará la propuesta final de esta investigación la cual será el diseño del paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa, teniendo en cuenta los resultados finales que se obtuvieron en los dos capítulos anteriormente vistos.

7.1 Producto turístico

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. Este producto turístico es un sistema de componentes, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan. Según Molina (1991) establece un sistema turístico donde define los elementos esenciales de un producto turístico entre los cuales se encuentran: atractivos turísticos, superestructura, infraestructura, servicios, demanda o turistas y comunidad receptora.

7.1.1 Atractivos turísticos.

Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él. Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, entre otros, y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

7.1.2 Superestructura.

Para Panosso (2012) la superestructura hace referencia a las organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión. En este caso se encuentra al MinCIT, Idecut, OMT, entre otras.

7.1.3 Turistas.

Turista hace referencia a todo visitante que viaja a un lugar distinto de cual reside habitualmente, en el cual pernocta por lo menos una noche pero que no supera la estancia de un año y el objetivo principal es hacer algún tipo de actividad para satisfacer sus necesidades (Agui, 1994). El turista es un factor importante dentro de los productos y paquetes turísticos ya que conforman la demanda potencial para adquirir dichos productos ya que, sin ellos no se realizaría ningún tipo de actividad enfocada al turismo.

7.1.4 Servicios.

Los servicios se establecen como todas las opciones y alternativas con las que puede contar un turista al momento de realizar algún viaje o tipo de actividad, que complementan de manera asertiva la experiencia de los viajeros en su lugar de destino. Entre estos se encuentran los servicios de hospedaje, servicio de alimentos y bebidas, servicios de transporte, servicios complementarios, entre otros.

7.1.5 Comunidad receptora.

La comunidad receptora o local son aquellas personas que residen en un lugar en específico, donde se realizan diferentes actividades turísticas y que, en muchos casos, la misma población es la encargada de realizar la prestación de los diversos servicios turísticos. Para Monterrubio (2009) la comunidad receptora puede ser considerado uno de los elementos esenciales en la actividad turística, ya que su importancia puede estar en el apoyo por el desarrollo de estas actividades o por el contrario puede ser un posible obstáculo para la planificación turística en un destino.

7.1.6 Componentes del producto turístico.

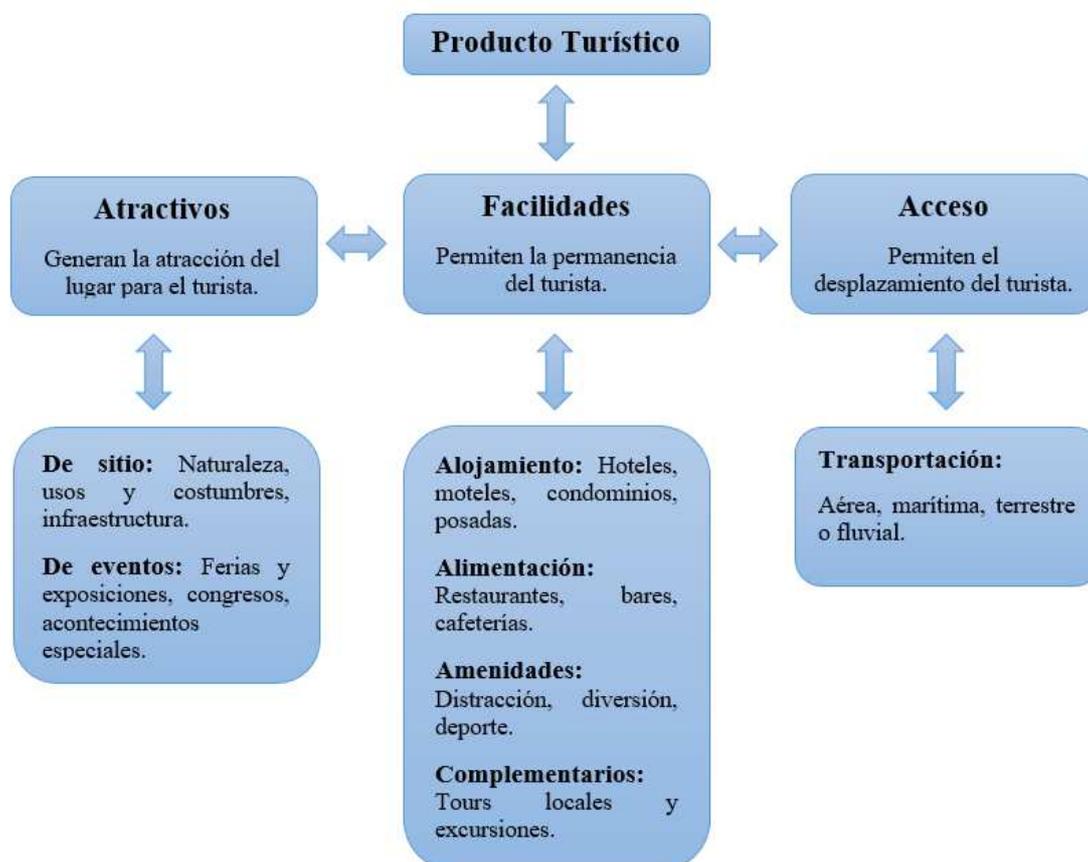


Figura 36. Producto Turístico. Elaboración propia (2020).

7.2 Paquete turístico

Para Marín (2019) los paquetes turísticos representan una combinación de varios servicios como transporte, alojamiento, alimentación u otros servicios, que van incluidos dentro de un solo precio, que son ofrecidos a los turistas para uno o varios destinos. Así mismo, cumple con la finalidad de reducir los costos a la hora de realizar un viaje. La mayor parte de los paquetes turísticos son ofrecidos por prestadores de servicios turísticos como las agencias de viajes, donde muchas veces ya tienen diseñados paquetes con itinerarios que no se pueden modificar, o en algunos otros casos, los turistas pueden armar un paquete que se ajuste a los gustos y necesidades que quiere satisfacer.

Para Ricaurte (2015) los paquetes turísticos representan una parte importante del marketing operativo y tienen como finalidad aprovechar los recursos y potencialidades con las que cuenta un

territorio, satisfaciendo las necesidades de la demanda y manteniendo un desarrollo sostenible del sector en general. De esta manera, establece que el diseño de cualquier producto o paquete turístico debe atender las condiciones del mercado y estar orientado a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas

7.3 Elaboración de paquetes turísticos

El diseño y la elaboración de paquetes turísticos debe poseer una serie de factores que contribuyen a un óptimo análisis de la demanda potencial para adquirir dichos productos, de una manera objetiva que respondan a las necesidades del mercado para presentar un desarrollo efectivo de la actividad turística, y contribuir al mejoramiento y crecimiento económico de la comunidad receptora de dichos productos.

7.3.1 Eje temático.

Esta parte es fundamental a la hora del diseño del paquete turístico. Ricaurte (2015) establece que, en función de la tipología de los distintos atractivos existentes, se debe definir un tema en específico que concuerde con las características de los atractivos y los integre de manera conjunta, para presentar grandes expectativas para el turista o consumidor potencial.

7.3.2 Circuito del paquete.

Ricaurte (2015) define al circuito como un conjunto de atractivos y actividades que se presentan dentro de un paquete turístico para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas. Este circuito permite establecer una jerarquía entre los distintos atractivos que puede generar una fuente de motivación para los visitantes o turistas. Las actividades que se realizan deben estar orientadas y relacionadas con la temática general del paquete turístico, para que se puedan cumplir a cabalidad los objetivos propuestos dentro del mismo.

7.3.3 Itinerario.

Según Cisne y Gastal (2011) el itinerario turístico es un proceso en el cual tiene la indicación metódica de recorrer atractivos, dirigiendo y programando los servicios que caracterizan al paquete turístico, cumpliendo con las expectativas de los turistas. De igual modo, Ricaurte (2015) dice que el itinerario constituye la programación de actividades y visitas a los diferentes atractivos, estableciendo los tiempos correspondientes para cada uno de ellos, de una manera planificada con anterioridad y objetividad.

7.3.4 Guion interpretativo.

El guion interpretativo hace referencia al documento que contiene la descripción de los diferentes atractivos que se encuentran dentro del paquete turístico, donde su objetivo principal es comunicar mediante la utilización del lenguaje escrito, todo lo que será interpretado y presentado por el guía turístico, para generar un mejor análisis de los atractivos por partes de los turistas participantes (Ricaurte, 2015).

7.3.5 Negociación con proveedores.

Ricaurte (2015) menciona que es necesario establecer un proceso y los mecanismos de negociación válidos con los prestadores de servicios turísticos que se constituyen en los proveedores de los elementos necesarios para la elaboración de los paquetes y de la operación turística en general. Dicho proceso de negociación debe presentar acuerdos en el que se beneficien mutuamente las partes interesadas.

7.3.6 Precio.

Para Ferre (2003) el precio es la cantidad de dinero que el comprador o turista desembolsa a cambio de la prestación de un servicio o la adquisición de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado. Por otro lado, Ricaurte (2015) dice que el precio es un instrumento importante dentro del cual se puede analizar y actuar dentro de los límites para presentar un grado de flexibilidad hacia la obtención del paquete turístico.

7.4 Biciturismo

En el biciturismo se establece un papel fundamental del uso bicicleta como medio de transporte durante el recorrido turístico. Este tiene por objetivo promover como una actividad sustentable y de presentación tanto del patrimonio cultural como del medio ambiente en general, donde se incentive a la conservación de los recursos naturales y culturales presentes en un lugar determinado. A diferencia del ciclo montañismo, el biciturismo tiene un grado de dificultad mucho menor en cuanto a nivel de exigencia, donde este principalmente se enfoca en conocer y disfrutar de los diferentes atractivos y recursos turísticos presentes dentro del lugar donde se realiza la actividad; mientras que el ciclo montañismo se enfoca en terrenos con caminos con barro, obstáculos, arena, desniveles y cuestas empinadas, siendo esta mas una actividad de nivel competitivo.

7.5 Niveles de dificultad

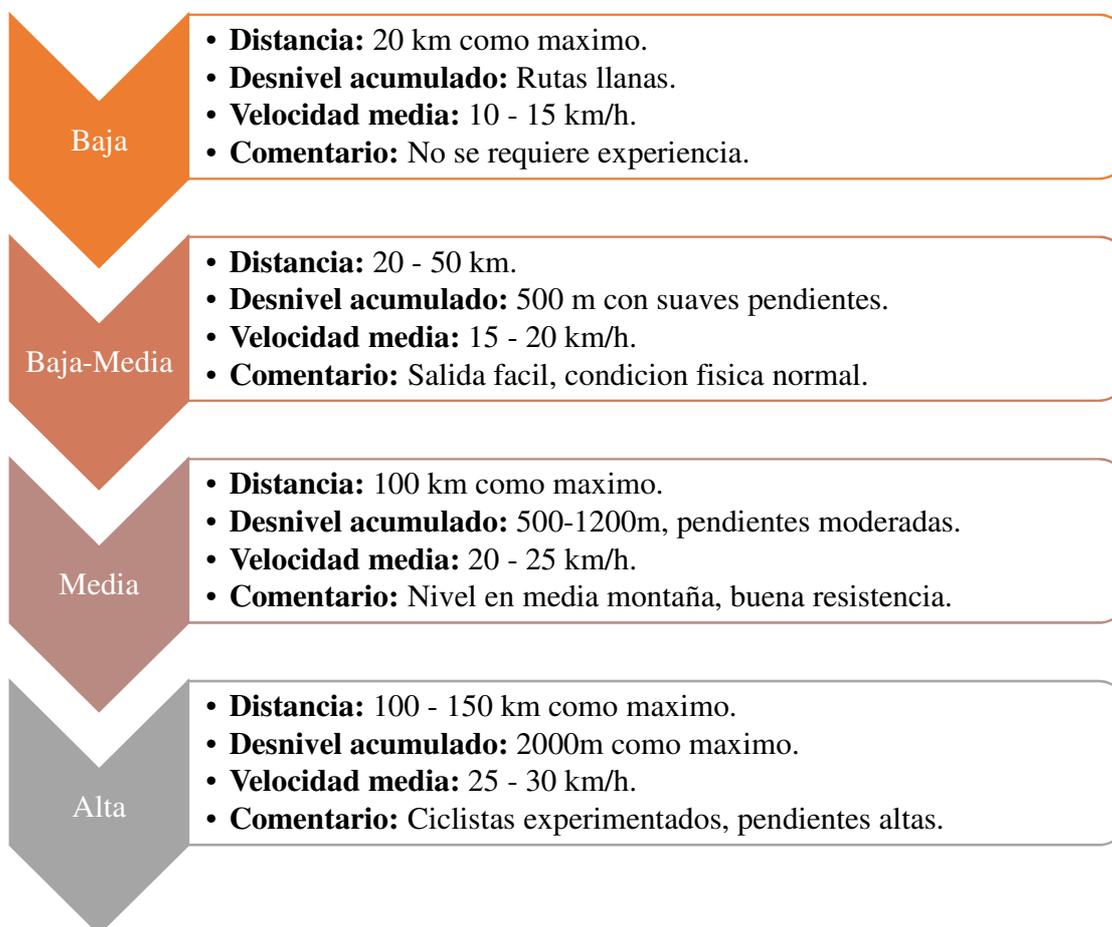


Figura 37. Niveles de dificultad. Elaboración propia a partir de Bike Whit Me. (2021).

7.6 Propuesta del Paquete turístico “Carupa Natural”

7.6.1 Descripción general.

Carmen de Carupa es uno de los municipios que hace parte de la Provincia del Valle de Ubaté en el departamento de Cundinamarca, se encuentra a 96 kilómetros de Bogotá. A lo largo de los años, el municipio de Carmen de Carupa ha implementado varias ferias para la recreación de los ciudadanos, entre estas están las ferias y fiestas a mediados del mes de julio las cuales son en homenaje a la Virgen del Carmen y el festival y reinado de la papa el cual se realiza a mediados del mes de octubre. La base de su economía es el sector agrícola con el producto de la papa y el

segundo sector es el pecuario con la ganadería en la producción de leche. Entre los atractivos que presenta el municipio está el Alto de la mesa, la caminata a Carmen de Carupa, el Cerro de Chegua donde puedes realizar caminatas ecológicas, tomar fotografías, divisar la panorámica y disfrutar del bello paisaje. Entre otros lugares está el Páramo de Guargua donde puedes igualmente realizar actividades ecoturísticas.

Esta propuesta del paquete turístico es una estrategia pertinente para impulsar al crecimiento responsable de la actividad turística dentro del municipio, generando iniciativas nuevas que contribuyan a la buena planificación y ejecución de planes y proyectos que se puedan estar construyendo, generar impactos positivos a la comunidad local en general, y así de esta manera, lograr un mejor reconocimiento de esta región.

7.6.2 Mercado objetivo.

El paquete turístico está dirigido a jóvenes y adultos de ambos géneros, procedentes de Colombia interesados en vivir experiencias relacionadas con el disfrute de la naturaleza y con la práctica de actividades al aire libre, utilizando como medio de transporte la bicicleta. Este paquete es esencial para personas o grupos de personas dispuestas a participar en jornadas de biciturismo, contemplación, observación de flora y fauna. Se enfoca en viajeros respetuosos del entorno natural y cultural del destino, con actitud para seguir instrucciones que permitan disfrutar de manera segura y sostenible los valores, atractivos y facilidades que ofrece el destino.

7.6.3 Atractivos.

7.6.3.1 Mirador Peña de Sucre.



Figura 38. Mirador Peña de Sucre. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 39. Mirador Peña de Sucre. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 40. Mirador Peña de Sucre. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).

7.6.3.2 Páramo de Guargua.



Figura 41. Páramo de Guargua. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 42. Páramo de Guargua. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 43. Páramo de Guargua. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).

7.6.3.3 Embalse del Hato.



Figura 44. Embalse El Hato. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 45. Embalse El Hato. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).

7.6.3.4 Cerros de Santuario.



Figura 46. Cerros de Santuario. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 47. Cerros de Santuario. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 48. Cerros de Santuario. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).

7.6.3.5 Chorros de Salinas.

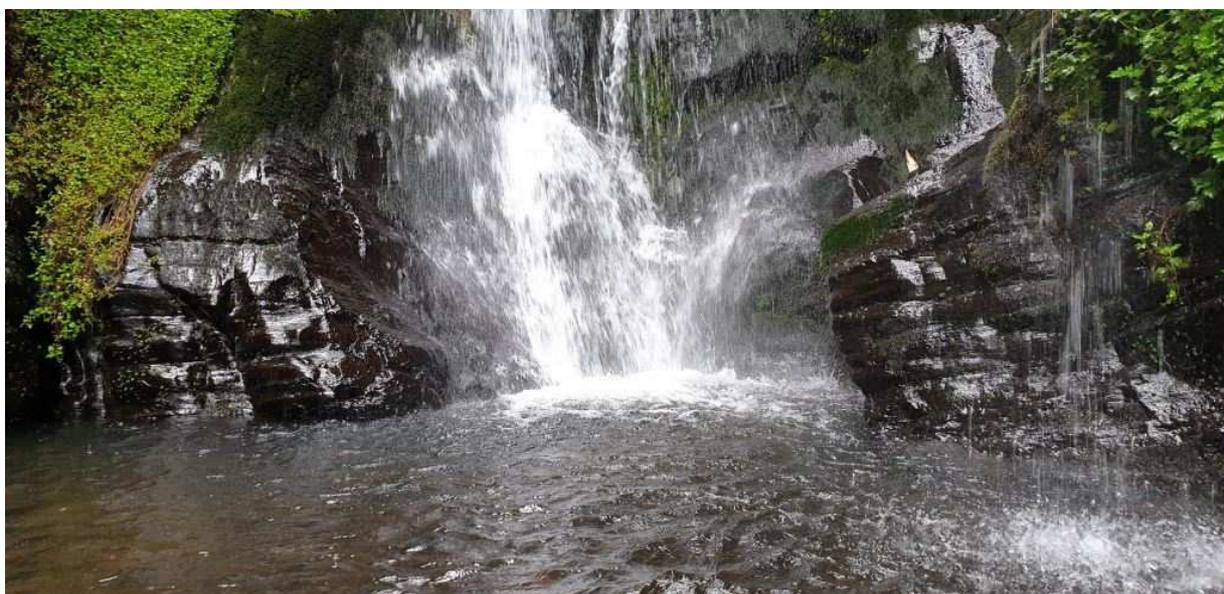


Figura 49. Chorros de Salinas. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 50. Sendero Chorros de Salinas. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).



Figura 51. Chorros de Salinas. Alcaldía de Carmen de Carupa (2020).

7.6.4 Actividades.

- ✓ Biciturismo
- ✓ Avistamiento
- ✓ Observación de flora y fauna

- ✓ Contemplación histórica, cultural y natural

7.6.5 Recomendaciones.

Para el desarrollo de estas actividades se requiere contar con buen estado físico, ya que este recorrido tiene nivel de dificultad baja-media, con un total de 36 km de trayecto. Así mismo, se debe estar dispuesto a seguir las instrucciones impartidas por el coordinador o guía. Es usual llevar consigo un morral que contenga alimentos e hidratación, como lo puede ser agua, jugos, frutas, carbohidratos, proteína, entre otros.

Considerando que la realización de las actividades al aire libre está sujeta a la presencia de condiciones climáticas apropiadas que garanticen la seguridad en el desarrollo de las mismas. Por ninguna razón se puede realizar las actividades bajo los efectos del alcohol o de sustancias psicoactivas está totalmente restringido. Aunque las condiciones de la zona son por lo general aptas para la realización de dichas actividades, debe tenerse en cuenta que la situación climática puede cambiar en lapsos breves de tiempo.

Así mismo, a raíz de la pandemia por la que está atravesando el mundo, se debe continuar con todos los protocolos de bioseguridad, como lo es el uso de tapabocas, mantener el distanciamiento físico y evitar las aglomeraciones, por lo que el paquete está destinado para un máximo de 10 personas por recorrido. Se recomienda a cada persona que cargue su respectivo alcohol o gel antibacterial.

7.6.6 Itinerario.

Tabla 29.

Itinerario del paquete turístico

Hora	Actividad
4:00 a.m.	Encuentro en el punto establecido de acuerdo al lugar de procedencia.
6:00 a.m. a 6:30 a.m.	Desayuno en el municipio de Ubaté, en su famosa “plaza Ubaté”.
6:45 a.m.	Llegada a la vereda el Hato, donde se realizara la bienvenida del paquete turístico enfocado al biciturismo.
6:55 a.m.	Recomendaciones generales y aspectos a tener en cuenta durante todo el recorrido.
7:10 a.m.	Alistamiento y equipamiento con los materiales y accesorios correspondientes para el recorrido.
7:30 a.m.	Inicio del recorrido la entrada de la vereda el hato hasta el parque embalse del Hato.

8:00 a.m.	Llegada a embalse el Hato donde se realiza la observación de paisaje natural. Lugar ideal para la toma de fotografías.
8:15 a.m.	Salida del embalse del Hato hacia el cerro de Chegua.
9:30 a.m.	Llegada al cerro de Chegua, donde se realizará actividad de observación de flora y fauna y apreciación de paisajes. Descanso, estiramientos de relajación e hidratación.
9:45 a.m.	Salida del cerro de Chegua hacia el Páramo de Guargua.
11:00 a.m.	Llegada al paramo de Guargua donde se realizará actividad de observación de flora y fauna, reconocimiento del ecosistema presente y breve recuento sobre las especies presentes. Toma de refrigerio.
11:30 a.m.	Salida hacia el mirador peña de Sucre.
12: 40 m.	Llegada al mirador peña de Sucre, donde se hace un breve descanso para hidratación, toma de fotografías.
1:00 p.m.	Salida hacia el parque principal de Carmen de Carupa.
2:00 p.m.	Llegada al parque principal donde se realizará un recorrido por la cabecera municipal y observación de museo fotográfico presente en el parque principal.
2:30 p.m.	Almuerzo en el restaurante la Frontera, lugar representativo de la región.
3:30 p.m.	Espacio para dar terminación y agradecimientos por la participación del recorrido turístico.
4:00 p.m.	Regreso al lugar de encuentro. Fin del servicio.

Nota: Elaboración propia.

7.6.7 Observaciones.

- El itinerario del paquete puede estar sujeto a cambios en la realización del mismo.
- Las personas que adquieran el paquete turístico deben encontrarse en buenas condiciones de salud para la realización de las actividades, ya que requieren de un esfuerzo físico considerable.
- Cumplir con todas las recomendaciones generadas antes del inicio del recorrido, contando con todos los elementos de seguridad para evitar posibles accidentes.
- Disponer de ropa cómoda y acorde a las actividades a realizar.
- Disponer de suficiente líquido para mantener la hidratación correspondiente y adecuada.
- Informar oportunamente sobre algún tipo de enfermedad para evitar complicaciones durante el recorrido.

7.6.8 Costo del paquete.

Tabla 30.

Costo del paquete turístico

Número de personas	1	5	10
Transporte total	\$30.000	\$130.000	\$200.000

Guía Turístico	\$15.000	\$75.000	\$150.000
Valores por persona			
Costo de transporte	\$30.000	\$130.000	\$200.000
Costo Guía	\$15.000	\$75.000	\$150.000
Desayuno	\$10.000	\$50.000	\$100.000
Almuerzo	\$15.000	\$75.000	\$150.000
Refrigerio	\$5.000	\$25.000	\$50.000
Seguro de viaje	\$7.640	\$38.200	\$76.400
Total costos	\$82.640	\$393.200	\$726.400
Margen de ganancia	20%	20%	20%
Valor al público	\$103.300	\$491.500	\$908.000
Utilidad por persona	\$20.660	\$19.660	\$18.160
Utilidad total	\$20.660	\$98.300	\$181.600
Precio de Venta	\$103.300	\$491.500	\$908.000
Precio de Venta del paquete	\$105.000	\$495.000	\$910.000

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo con la información que se muestra en la tabla, se establece el precio de venta para el paquete turístico por Carmen de Carupa, enfocado a la actividad de biciturismo tiene un valor de \$105.000 pesos colombianos por persona; para un grupo de 5 personas tiene el valor de \$495.000 pesos, y para un grupo de 10 personas, tiene un valor de \$910.000 pesos. Dentro de la información de la tabla, se tuvo en cuenta los servicios de transporte, guía de turismo, desayuno, almuerzo, refrigerio y seguro de viaje, obteniendo unos rangos de precios que se proporcionan al público según la información suministrada en la encuesta del perfil del turista.

Incluye

- Transporte ida y regreso.
- Alimentación (desayuno, refrigerio, almuerzo).
- Guía turístico.
- Seguro de viaje.

No incluye

- Préstamo de bicicleta (opcional el alquiler con un costo adicional al costo del paquete de \$40.000 por bicicleta).
- Gastos no especificados dentro del paquete turístico.

7.6.9 Mapa del recorrido del paquete turístico.

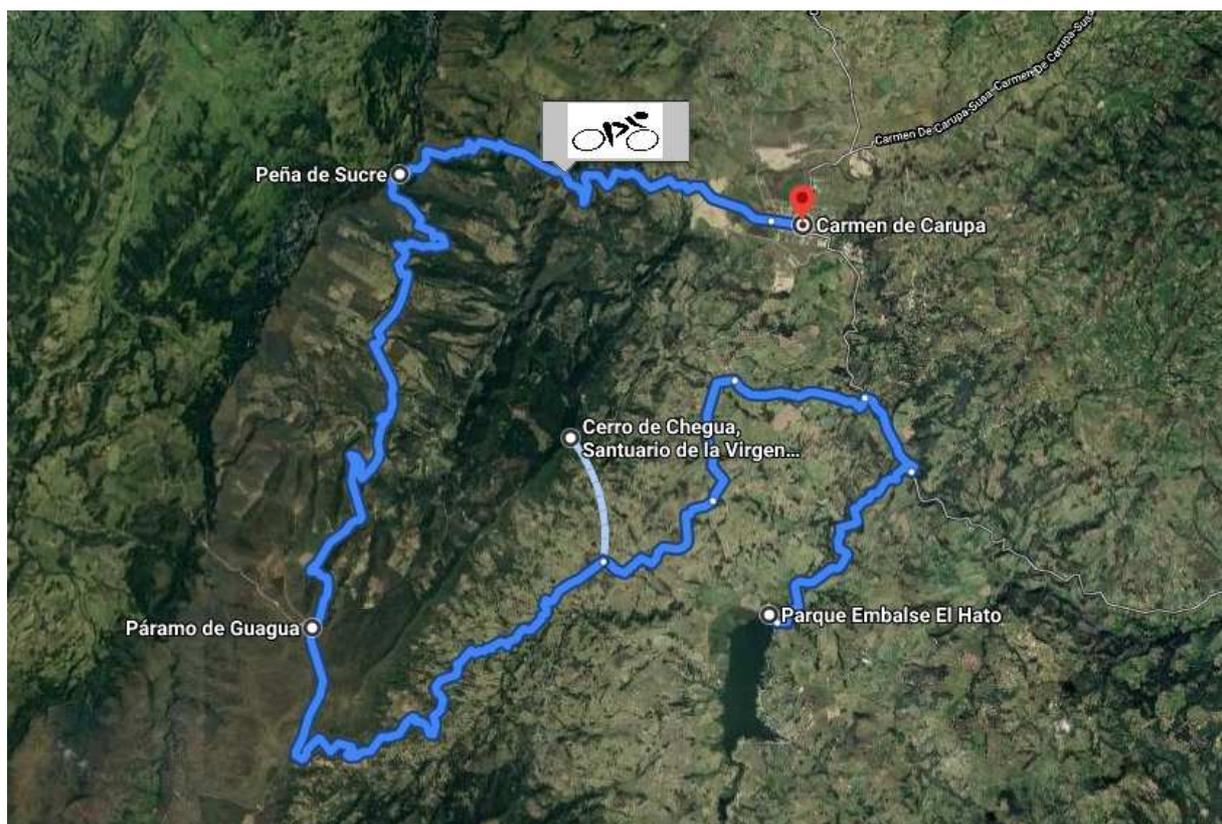


Figura 52. Mapa recorrido. Tomado y ajustado de google maps. (2021)

7.6.10 Estrategia de promoción.

La estrategia de promoción que se utilizará es el marketing digital, ya que hoy en día es una de las formas de conocimiento más eficaz, ya que las redes sociales son de gran impacto y facilidad de uso diario, por lo que el paquete turístico tendrá una distribución en dichas páginas, blogs y publicidad en redes sociales, para llegar así a diferentes tipos de consumidores y que estén dispuestos a experimentar una travesía única por lugares que poseen una excelente riqueza natural y cultural, incentivando así de esta manera el biciturismo.

Este tipo de estrategia ha tomado gran relevancia en cuanto a la era digital por su acelerado crecimiento debido a la situación que se está presentando a nivel mundial, y es por eso que el uso de medios digitales se convirtió en la principal estrategia de comercialización y difusión de productos y servicios, creando contenidos de calidad que motiven a las personas a optar por las diferentes alternativas que se le puedan presentar en el mercado.

7.6.11 Brochure del paquete.

EL MUNDO ESTA LLENO DE MARAVILLAS, VEN Y DESCUBRELO CON NOSOTROS

CARMEN DE CARUPA, EL MUNICIPIO CON MÁS CALOR HUMANO

Ubicado en la Provincia del Valle de Ubaté, a 88 km al norte de Bogotá. Característico por sus riquezas naturales, con una gran variedad de flora, fauna y hermosos paisajes donde te conectaras con la madre tierra

ATRATIVOS TURISTICOS

PARAMO DE GUARGUA
Hermoso Atractivo natural, con nacedores de agua cristalina, acompañado de gran variedad de fauna silvestre

MIRADOR, PEÑA DE SUCRE
Tendras una vista espectacular, llanuras y cordilleras para que te deleites con los hermosos paisajes naturales

PARQUE, EMBALSE DEL HATO
Más de 100 hectareas de hermosa naturaleza, ideal para compartir momentos agradables y observar fauna y flora característica de la región

¡TODOS A BORDO! TE OFRECEMOS!

- Transporte ida y vuelta
- Seguro de vida
- Refrigerio
- Almuerzo

NO PERMITAS QUE OTROS TE LO CUENTEN, VEN Y VIVIELO TU MISMO

Figura 53. Brochure del paquete turístico. Elaboración propia (2020).

7.6.12 Logo del paquete.



Figura 54. Logo del paquete. Elaboración propia (2020)

7.7 Consideraciones finales

Como resultado de este capítulo se puede evidenciar las principales características de los paquetes turísticos y el proceso adecuado que se debe tener en cuenta al momento de diseñar un producto, dándole el enfoque característico del cual se basa para que de esta manera cumpla con las expectativas de los turistas, siguiendo los lineamientos esenciales y más importantes de acuerdo a los resultados obtenidos en toda la investigación.

Como resultado principal se presenta el paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa en el departamento de Cundinamarca, donde se tienen en cuenta los atractivos más representativos de la región con una serie de actividades como el avistamiento, observación de flora y fauna, reconocimiento cultural e histórico, entre otras, con el fin de incentivar de forma positiva el turismo en este departamento y así de esta manera aprovechar los de forma positiva y responsable los recursos que ofrece el municipio de Carmen de Carupa.

Este tipo de estrategias ayudan a que el turismo siga creciendo de manera positiva a pesar de la situación que se presenta a nivel mundial por temas de la pandemia, donde uno de los sectores más afectados fue el turismo creando pánico entre las personas al realizar algún tipo de viaje. Es por esto que al diseñar productos y paquetes turísticos de forma responsable ayuda a que el turismo nuevamente retome su auge con el que venía, ya que, en este caso, Cundinamarca es uno de los departamentos con más riqueza natural para la realización de la actividad turística.

Conclusiones

Durante el proceso de construcción de esta investigación, se puede decir que Carmen de Carupa es uno de los municipios de Cundinamarca que cuenta con gran potencial en recursos para implementar la actividad turística, contando con una serie de atractivos naturales y culturales que lo identifican por sus exponentes paisajes y por tener aspectos y características adecuadas para la integración de actividades turísticas, entre las que se pueden encontrar el biciturismo, senderismo, caminatas ecológicas, observación de flora y fauna, fotografía, entre otras, que incentivarían el turismo en el municipio de manera significativa.

Se identificó que, a pesar de la falta de planes enfocados al turismo, se ve que la administración ha realizado algunas estrategias para potenciar el turismo pero que estas no han sido suficientes para poner en marcha la actividad. Se han realizado algunas mejoras en varios senderos de los distintos atractivos y en la señalización turística, pero hacen falta más esfuerzos para realizar una mejor planificación en materia de turismo, para así de esta manera integrar todos los aspectos representativos con los que posee el municipio.

La propuesta de creación de un paquete turístico enfocado a la actividad de biciturismo puede ser una alternativa de desarrollo en materia de turismo, logrando integrar atractivos con aspectos particulares que permitan incrementar la visita de turistas por los diferentes recursos existentes, inculcando la responsabilidad turística, manteniendo y conservando los atractivos naturales y fomentando el respeto hacia la comunidad local de acuerdo con su estilo de vida y costumbres y tradiciones que los representa.

De esta manera se debe impulsar el crecimiento del turismo en el municipio de Carmen de Carupa a través de productos y paquetes turísticos enfocados a actividades propias de esta región, generando un aprovechamiento responsable de los recursos, motivando igualmente a los entes gubernamentales y a los diferentes prestadores de servicios turísticos, a promocionar dichos productos creando estrategias que permitan hacer una planeación asertiva y así de esta manera, contribuir al crecimiento económico del lugar y de toda su población, para mejorar el estilo de vida en general.

Recomendaciones

Carmen de Carupa es un municipio con un potencial para el desarrollo de la actividad turística contando con una serie de recursos que hacen de este un espacio ideal para aprovecharlos, pero de forma responsable, teniendo en cuenta toda la parte de la sostenibilidad ambiental y respetando a la población local de sus costumbres y tareas cotidianas. A través de la administración local se ha estado incentivando el turismo como una fuente de crecimiento para el municipio, generando estrategias para promover el municipio como un lugar ideal para la actividad turística.

Se recomienda seguir realizando un levantamiento de inventario turístico más completo, ya que actualmente se encuentra en etapa de culminación del primer inventario en el municipio, lo que hace que esta estrategia es clave para iniciar con las diferentes propuestas en torno a la actividad turística de Carmen de Carupa.

Adicional a eso, es de gran importancia que la administración local siga diseñando planes estratégicos para potenciar el turismo en el municipio, en coordinación con la gobernación de Cundinamarca, para presentar proyectos turísticos que busquen la ayuda en inversión para seguir mejorando toda la infraestructura que permita un mejor desarrollo de la actividad y de esta manera hacer que Carmen de Carupa sea uno de los municipios más importantes en temas de turismo dentro de todo el departamento.

Por otra parte, es importante tener en cuenta a la población local como principales actores dentro de las diferentes actividades enfocadas al turismo, promoviendo y diseñando cursos y capacitaciones referentes al mejoramiento de la calidad de vida a través del turismo, mostrando y motivando a la población a ser conscientes del potencial con el que cuenta el municipio en recursos naturales, lo que hace que este lugar sea ideal para su visita, admirando sus costumbres y adicional, de generar una actividad responsable y sostenible.

Referencias

- Araujo, N., Paul, V., & Fraez, J. (2011). *El Turismo Activo o de Aventura como componente destacado del Turismo de Naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia*. [Ebook] (4th ed.). Galicia: Revista de Investigaciones Turísticas. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/73844/1/3916758.pdf>
- Arta, A., Curiel, J., & Sánchez García, V. *Turismo y Deporte* (s.f) [Ebook]. Madrid. Retrieved from <https://books.google.com.co/books?id=EYIQDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=turismo+deportivo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiR0I-erMbrAhUywlkKHXsdDFgQ6wEwBXoECAyQAQ#v=onepage&q=turismo%20deportivo&f=false>
- Asamblea Departamental de Cundinamarca. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo 2020 – 2024 “Cundinamarca, ¡Región que progresa!”*. Bogotá D.C. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1JSFJZVwCVRDGYOXqHrvlfK3B483jte-k/view>
- Bike Whit Me. (2021). *Niveles de dificultad Biciturismo*. Suiza. Recuperado de: <https://bikewm.com/es/niveles-de-dificultad>
- Camara, Charles Jean, & Morcate Labrada, Flora de los Ángeles. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48-67. Recuperado en 02 de septiembre de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005&lng=es&tlng=es
- Camara de Comercio de Bogotá. (2009). *Movilidad en bicicleta en Bogotá*. Recuperado de: <https://www.dutchcycling.nl/images/clients/57Colombia1.pdf>
- Cisne, R., & Gastal, S. (2011). Nueva visión sobre los itinerarios turísticos. Una contribución a partir de la complejidad. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(6), 1449-1463.
- Concejo Municipal. (2020). *Acuerdo N° 02 del 30 de mayo del 2020 por medio del cual se adopta el plan de desarrollo 2020 - 2023*. Carmen de Carupa. Recuperado de: https://carmendecarupacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/carmendecarupacundinamarca/content/files/000294/14697_acuerdo-02--30-mayo-2020-plan-de-desarrollo-20202023.pdf

Congreso de la Republica de Colombia. (10 de julio de 2012). Ley 1558 de 2012. Recuperado de:
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1558_2012.html

Desarrollo Sectorial. (2020). *Diagnostico Sectorial Departamental de Cundinamarca, ¡Región que progresa!*". Bogotá D.C. Recuperado de:
<http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/4efee6da-7833-459c-a317-aea64ecffe5a/desarrollo+sectorial.pdf?mod=ajperes&cvid=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT&CVID=n9MdBIT>

Dirección de Calidad y Desarrollo sostenible. (2020). *Asistencia técnica en Planificación del Turismo*. Bogotá D.C. Recuperado de:
<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>

Fernández, A. (2014). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid, España. Editorial Esicc

Fernández-Latorre, F. (2015). Flujos turísticos, capital territorial y uso de la bicicleta. Andalucía como modelo de destino emergente en ciclo turismo. Retrieved 10 October 2020, from
<https://revistascientificas.us.es/index.php/REA/article/view/2776/2345>

Fernández-Latorre, F. (2020). Flujos turísticos, capital territorial y uso de la bicicleta. Andalucía como modelo de destino emergente en ciclo turismo. Retrieved 10 October 2020, from
<https://revistascientificas.us.es/index.php/REA/article/view/2776/2345>

Idecut. (s.f) Carmen de Carupa. Retrieved 2 September 2020, from
<http://idecut.gov.co/index.php/ubate/carmen-de-carupa>

Instituto Departamental de Cultura y Turismo. (2018). *Informe anual de Gestión del Plan de Desarrollo "unidos Podemos más 2016-2020"*. Bogotá. D.C. recuperado de:
https://drive.google.com/file/d/0B93yH5p5IM1_dVl4VmNvMy1xNm9fRDJDbcncySUN0SF9HYUtn/view

Intermark. *La Planificación del Producto Turístico* [Ebook]. San José, Costa Rica. Recuperado de:
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>

- Larrota Orozco, K. (2019). *Propuesta de desarrollo de turismo de naturaleza a partir de siete atractivos naturales del Nororiente de Cundinamarca* (Trabajo de Grado, Pregrado). Universitaria Agustiniiana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado de:
<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1036/LarrotaOrozco-KarenDayana-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lorenzo Linares, H., & Morales Garrido, G. (2014). *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo* [Ebook]. Cuba. Recuperado de:
<http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/173/1231>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza*. Bogotá D.C. Recuperado de:
<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/politica%20DE%20turismo%20de%20naturaleza.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Estrategia de turismo para Colombia*. Bogotá D.C. Recuperado de:
<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/politica%20DE%20turismo%20de%20naturaleza.pdf>
- Ministerio de industria y comercio, & Tourism Leisure & Sports. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia* [Ebook]. Bogotá D.C. Retrieved from
http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/206.Plan_de_Negocio_de_Turismo_de_Naturaleza_de_Colombia.pdf
- Mora, J. y Motato, J. (2019). *Turismo Comunitario en Colombia: Desarrollo Social y Sostenibilidad*. Bogotá, Colombia. Editorial Uniminuto
- Nieto, A. (2016). La plaza de mercado como lugar de hibridación entre el turismo y la cultura. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Varón, Patrimonio cultural inmaterial: recreación y salvaguardia en la plaza de mercado (pp. 79-120). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.

- Nieto, A. (2016). Paisaje natural y paisaje campesino: una propuesta de gestión ecoturística en el Parque Nacional Sumapaz. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Husain-Talero, *Sociedades locales y turismo: ¿una relación sostenible?* (pp. 67-115). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Quesada, R. (2000). *Elementos del turismo*. San José, Puerto Rico. Editorial Universidad Estatal a Distancia
- Rafael, M., & Pulido Fernández, J. (2009). *Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos* [Ebook] (23rd ed.). Sevilla. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70091/67561>
- Reyes, B. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid, España. Iepala Editorial.
- Ricaurte, B. (2015). Metodología para el diseño de paquetes turísticos. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 49-58.
- Rivas, J. y Magadan, M. (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Asturias, España. Septem ediciones.
- Sancho, A. (s.f). *Introducción al turismo*. Publicaciones de la Organización Mundial del Turismo.
- Swisscontact. *Desarrollo Turístico para un crecimiento económico sostenible* [Ebook]. Retrieved from https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/head_office/Documents/Topics_Brochures/Folleto_Desarrollo_Turistico.pdf
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de Sol y playa* (Maestría). Universidad Nacional Del Mar de La Plata. Recuperado de: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Web, a. (2020). Fontur - Glosario. Retrieved 25 September 2020, from <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- World Tourism Organization (2019), Unwto Tourism Definitions, Unwto, Madrid, Recuperado de: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Anexos

Estructura de encuesta para turistas

La siguiente encuesta tiene el fin de contribuir al proyecto de investigación de la universitaria Agustiniiana, que corresponde a la creación de un producto turístico enfocado a la actividad de biciturismo, en el municipio de Carmen de Carupa, Cundinamarca. Toda la información suministrada y recopilada será confidencial y se utilizará netamente para fines académicos.

1. Género
 - a. Masculino
 - b. Femenino
2. Lugar de residencia

3. Rango de edad
 - a. Menos de 18 años
 - b. Entre 18 y 27 años
 - c. Entre 28 y 37 años
 - d. Entre 38 y 47 años
 - e. Entre 48 y 57 años
 - f. Más de 57 años
4. Estrato
 - a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5
5. Nivel de estudios
 - a. Bachiller
 - b. Técnico
 - c. Tecnólogo
 - d. Profesional
 - e. Otro
6. Ocupación

- a. Estudiante
 - b. Empleado
 - c. Independiente
 - d. Otro _____
7. Por lo general ¿Con cuántas personas viaja?
- a. De 1 a 3 personas
 - b. De 4 a 6 personas
 - c. De 7 a 9 personas
 - d. Más de 9 personas
8. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
- a. Recreación y Ocio
 - b. Vacaciones
 - c. Visita a familiares
 - d. Actividad deportiva
 - e. Salud
 - f. Negocios
 - g. Otro: _____
9. ¿Cada cuánto realiza visitas y/o actividades en entornos naturales en bicicleta?
- a. Semanal
 - b. Mensual
 - c. Anual
 - d. Ninguna
10. ¿Cuál es el presupuesto con el que contaría para realizar viajes de turismo en bicicleta por día y por persona?
- a. De \$40.000 COP a \$50.000 COP
 - b. De \$51.000 COP a \$60.000 COP
 - c. De \$61.000 COP a \$70.000 COP
 - d. Más de 70.000 COP
11. ¿Ha realizado actividades de biciturismo?
- a. Si
 - b. No

12. Si su respuesta anterior fue Sí; ¿Cada cuánto realiza este tipo de actividad?
- Cada semana
 - Cada dos semanas
 - Cada tres semanas
 - Cada mes
13. ¿Ha adquirido paquetes turísticos?
- Si
 - No
14. ¿Le gustaría adquirir un paquete turístico enfocado al biciturismo en el municipio de Carmen de Carupa?
- Si
 - No
15. Si su respuesta anterior fue Sí; ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico?
- Entre \$30.000 COP y \$60.000 COP
 - Entre \$61.000 COP y \$90.000 COP
 - Entre \$91.000 COP y \$120.000 COP
 - Más de \$120.000 COP

Formato de inventarios

Formato único para la elaboración de inventarios turísticos 1. Sitios Naturales									
1. Generalidades									
1.1. Nombre									
1.2. Departamento		1.3. Municipio							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad									
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación									
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre		Acuático			Férreo		Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:		Se inicia desde el casco urbano del municipio, pasando por la vereda el Papayo hasta llegar a la vereda de Sucre, donde se encontrará el mirador.							
2. Características									
2.1. Código Asignado									
2.2. Descripción:									
3. Puntajes de valoración									
Calidad					Puntaje				
Sin contaminación del aire (10)									
Sin contaminación del agua (10)									
Sin contaminación visual (10)									
Sin contaminación sonora (10)									
Estado de conservación (10)									
Diversidad (10)									
Singularidad (10)									
Subtotal									
4. Significado									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)									
Total									
Diligenciado por:									
					Fecha:				

Cotización de seguro de viaje



Magenta Nacional

COP\$7.640

¿Qué me cubre?

PRINCIPALES

Asistencia Médica en caso de accidente por persona	COP \$25.000.000 Incluye cobertura para accidentes bajo efectos de bebidas embriagantes. Enfermera en Casa
Asistencia Médica en caso de enfermedad por persona	COP \$6.000.000 Incluye cobertura por intoxicación, envenenamiento y ahogamiento. Enfermera en Casa
Cobertura Geográfica	Nacional
Cobertura Covid-19	
Indemnización por pérdida de equipaje	COP \$300.000 Complementario a monto otorgado por aerolínea o empresa de transportes.
Deducible	X

[Contratar](#)



Magenta Nacional

Total para 5 personas

COP\$38.200

¿Qué me cubre?

PRINCIPALES

Asistencia Médica en caso de accidente por persona	COP \$25.000.000 Incluye cobertura para accidentes bajo efectos de bebidas embriagantes. Enfermera en Casa
Asistencia Médica en caso de enfermedad por persona	COP \$6.000.000 Incluye cobertura por intoxicación, envenenamiento y ahogamiento. Enfermera en Casa
Cobertura Geográfica	Nacional
Cobertura Covid-19	
Indemnización por pérdida de equipaje	COP \$300.000 Complementario a monto otorgado por aerolínea o empresa de transportes.
Deducible	X

[Contratar](#)

Alquiler Bicicleta

MTB COLOMBIA ALQUILER DE BICICLETAS

[Reservar](#)

[← Regresar](#)

 Carro de compras (0)

TREK MARLIN 4

Categoría: Alquiler

Precio: \$40.000

1 [Agregar al carro](#)

Descripción
ALQUILER RENTA BICICLETA MTB - BICICLETA DE MONTAÑA TREK MARLYN 4 Alquiler por 5 horas mas Casco



Activar Javascript