

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO NÁUTICO EN EL MUNICIPIO DE
GACHALÁ, EN LA REGIÓN DEL GUAVIO

CUEVAS MÉNDEZ ASHLEY YINETH

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ PAULA DANIELA

ZAMBRANO FERNANDEZ JULIETH MARGARITA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C

2017

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO NAÚTICO EN EL MUNICIPIO DE
GACHALÁ, EN LA REGIÓN DEL GUAVIO

CUEVAS MÉNDEZ ASHLEY YINETH

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ PAULA DANIELA

ZAMBRANO FERNANDEZ JULIETH MARGARITA

Claudia Lilian Barriga Barriga

Director de Trabajo de Grado

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C

2017

Nota aceptación de jurados

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedicatoria

Primordialmente le agradezco a Dios por darme la oportunidad de realizar y culminar este proceso investigativo, además de guiar mi camino en todo momento y ayudar a través de obstáculos y momentos difíciles, el cual me ha dejado grandes enseñanzas para mi futuro profesional; igualmente le agradezco a mi madre y a mi abuela por ser parte de este arduo trabajo y ser un apoyo para mí, además de una ejemplo de tenacidad y un modelo a seguir en mi vida día a día finalmente les agradezco a mis compañeras de trabajo por ser parte del proceso de creación y culminación de este trabajo de grado a lo largo del semestre.

Ashley Yineth Cuevas Méndez

Le agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor; por ser mi guía y ancla durante todo este proceso, el cual concluye satisfactoriamente y abre las puertas de mi futuro profesional; le doy gracias a mi madre y a mi abuela, por ser ejemplos de perseverancia además de pilares importantes en mi vida y como fuente de apoyo en todo momento. Igualmente le dedico este trabajo investigativo a mi abuelo, quien fue parte importante de mi vida y fue un modelo a seguir, gracias por su amor, paciencia y fe en mí y en mis habilidades; finalmente le doy gracias a mis compañeras de trabajo por su arduo compromiso con este proyecto de investigación y por ser una fuente de apoyo durante el semestre.

Paula Daniela Hernández Hernández

En primera instancia agradezco a Dios quien ha forjado mi camino y me ha ayudado día a día a cumplir todos mis objetivos y quien en todo momento está ayudándome a guiar el destino de mi vida. También quiero agradecer a mi mamá y a mi esposo quien con su esfuerzo y comprensión me ayudan a lograr todas mis metas propuestas. Por último quiero agradecer a mis compañeras de trabajo y demás docentes a lo largo de carrera, por todos los conocimientos ofrecidos, por su colaboración y por la confianza brindada para poder culminar nuestro trabajo de grado.

Julieth Margarita Zambrano Fernández

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos la oportunidad de culminar exitosamente este proceso investigativo y ser el pilar para la superación de obstáculos y dificultades presentadas a lo largo del desarrollo académico del equipo de trabajo.

Agradecemos a nuestros familiares que hicieron parte de no solo el desarrollo de nuestro trabajo de grado, sino también a quienes estuvieron presentes a lo largo de estos cinco años de formación profesional, demostrando su apoyo incondicional, su fe depositada en nosotras y por ser el modelo principal para seguir de cada una de nosotras.

Agradecemos a nuestros docentes, Docente Investigadora Giovanna Carolina Cárdenas Mora por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de este trabajo de grado; al Docente Andrés Paredes Murcia por su apoyo ofrecido en este trabajo y por su continua tutoría en cada duda e inquietud que presentó el equipo de trabajo y al Docente Wilson Ricardo Pinillos Castillo por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

Finalmente agradecemos a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este trabajo.

Ashley Yineth Cuevas Méndez

Paula Daniela Hernández Hernández

Julieth Margarita Zambrano Fernández

Resumen

El presente trabajo es el resultado del proceso investigativo como requisito para la obtener el título de profesional en Hotelería y Turismo, donde se presenta el diseño de un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá, en la región del Guavio, con el fin de presentar ante el municipio una base para la generación e implementación de sub-productos turísticos en una tipología turística enfocada a la actividad náutica y el desarrollo sostenible.

En el primer capítulo se podrá evidenciar el análisis de la oferta turística actual del municipio de Gachalá, los servicios que intervienen en la elaboración de un producto turístico náutico (hospedaje, alimentación, transporte y servicios complementarios), así como la normatividad relacionada e implementada en el territorio para el manejo adecuado del recurso hídrico y natural que se encuentra documentado en el inventario turístico de la zona.

En el segundo capítulo se analiza e identifica el segmento de mercado objetivo al cual se le apunta el proyecto investigativo; así como la generación del perfil del turista con las características demográficas, geográficas y psicográficas utilizadas para determinar el comportamiento de compra del consumidor al momento de determinar el destino a conocer, así como los gustos, preferencias y motivaciones de viaje.

Finalizando con el tercer capítulo se desarrolla el producto turístico según la documentación e información recolectada a lo largo de los capítulos anteriores; dentro de este capítulo se genera el paso a paso de los elementos principales de un producto turístico, así como la presentación del diseño del proceso de inversión recomendado al municipio para la generación y consolidación del producto turístico náutico con un enfoque sostenible.

Palabras Claves: Turismo náutico, sostenibilidad, Gachalá, producto turístico.

Abstract

This paper is the result of the investigative process as a requirement to obtain the title of professional in Hotel and Tourism, where the design of a nautical tourism product is presented in the municipality of Gachalá, in the Guavio region, in order to present before the municipality a base for the generation and implementation of tourist sub-products in a tourism typology focused on nautical activity and sustainable development.

In the first chapter the analysis of the current tourist offer of the municipality of Gachalá, the services involved in the elaboration of a nautical tourism product (lodging, food, transport and complementary services), as well as the related regulations and implemented in the territory for the adequate management of the water and natural resource that is documented in the tourism inventory of the area.

The second chapter analyzes and identifies the target market segment to which the research project is aimed; as well as the generation of the profile of the tourist with the demographic, geographical and psychographic characteristics used to determine the consumer's purchasing behavior when determining the destination to be known, as well as the tastes, preferences and motivations of travel.

Finishing with the third chapter the tourist product is developed according to the documentation and information collected throughout the previous chapters; Within this chapter the step by step of the main elements of a tourism product is generated, as well as the presentation of the design of the investment process recommended to the municipality for the generation and consolidation of the nautical tourism product with a sustainable approach.

Keywords: Nautical tourism, sustainability, Gachalá, tourist product.

Tabla de contenido

Introducción	11
Descripción del problema	12
Delimitación del Problema.	13
Pregunta Problema	13
Justificación	13
Objetivos	15
Objetivo General.	15
Objetivo Específicos.	15
Marco teórico	16
Producto turístico: Evolución y componentes	16
Desarrollo de productos turísticos	17
Actividad náutica	21
Turismo náutico: Concepto y clasificación.	21
Turismo náutico en el mundo	23
Turismo náutico en Colombia	25
Actividades náuticas de recreación	26
Marco geográfico	29
Gachalá: Historia y ubicación	29
Represa del Guavio	30
Festival Nacional Náutico del Guavio: FESTIGUAVIO	31
Diseño metodológico	32
Tipo de investigación	32
Población y muestra	33

Recolección de la información	33
Procesamiento y análisis estadísticos	34
Capítulo I: Diagnóstico de Gachalá y el turismo náutico en la actualidad	35
Atractivos turísticos	39
Evaluación actual de atractivos turísticos en relación a la actividad náutica en el municipio de Gachalá	55
Perspectiva económica	57
Perspectiva socio-cultural	60
Perspectiva ambiental	65
Prestadores de servicio	67
Normatividad aplicable en el municipio	78
Capítulo II: Identificación de mercado objetivo y perfil del turista náutico	90
Análisis y definición del mercado objetivo a través de las variables de segmentación	98
Categoría de análisis geográfica y demográfica	102
Categoría de análisis psicográfica	120
Perfil del turista náutico	132
Capítulo III: Diseño del producto turístico náutico	136
Descripción detallada del producto turístico	144
Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico	148
Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico	152
Variable superestructura.	152
Variable infraestructura.	153
Variable equipamiento o planta turística.	154
Variable distribución/comercialización.	154
Determinación de las necesidades de intervención pública y privada	155

Expresión Gráfica del producto turístico	171
Logo producto turístico náutico: SIE “Gachalá Turístico”	171
Expresión Gráfica SIE “Gachalá Turístico” y sub-productos	175
Conclusiones	180
Recomendaciones	181
Referencias	184
Lista de ilustraciones	190
Lista de tablas	192
Lista de gráficos	194
Anexos	195
Anexo 1: Entrevista Prestadores de Servicios Turísticos, Entidades Gubernamentales y Turistas frecuentes.	195
Prestadores de Servicios Turísticos	195
Entidades gubernamentales	204
Turistas	208
Anexo 2: Sondeo de Opinión	215
Anexo 3: Formato de inventario turístico según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	222

Introducción

El trabajo de investigación es resultado del proceso investigativo por parte de estudiantes de la carrera de hotelería y turismo para la finalización de su proceso educativo; en el documento se presenta el diseño de un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá, en la región del Guavio, con el fin de presentar ante el municipio una base para la generación e implementación de sub-productos turísticos en una tipología turística enfocada a la actividad náutica y el desarrollo sostenible.

En el primer capítulo se podrá evidenciar el análisis de la oferta turística actual del municipio de Gachalá, los servicios que intervienen en la elaboración de un producto turístico náutico), así como la normatividad relacionada e implementada en el territorio para el manejo adecuado del recurso hídrico y natural que se encuentra documentado en el inventario turístico de la zona.

En el segundo capítulo se analiza e identifica el segmento de mercado objetivo al cual se le apunta el proyecto investigativo; así como la generación del perfil del turista con las características demográficas, geográficas y psicográficas utilizadas para determinar el comportamiento de compra del consumidor al momento de determinar el destino a conocer, así como los gustos, preferencias y motivaciones de viaje.

Finalizando con el tercer capítulo se desarrolla el producto turístico según la documentación e información recolectada a lo largo de los capítulos anteriores; dentro de este capítulo se genera el paso a paso de los elementos principales de un producto turístico, así como la presentación del diseño del proceso de inversión recomendado al municipio para la generación y consolidación del producto turístico náutico con un enfoque sostenible.

Descripción del problema

Con el paso del tiempo el municipio de Gachalá ha generado diversas iniciativas en torno al turismo; según el Plan de Desarrollo Municipal “se ha permitido identificar el potencial turístico como es el festival náutico y las ferias y fiestas, pero a pesar de ello estas han ido perdiendo su posicionamiento durante el último cuatrienio” (Municipio de Gachalá, 2011). Gachalá considera como su principal actividad económica la distribución de productos alimenticios, sin embargo se busca que la actividad turística sea parte del desarrollo económico de la región.

Es así como el Plan de Desarrollo describe que durante los últimos cuatro años el turismo ha perdido su posicionamiento y se ha generado una degradación del patrimonio cultural y natural representativo de los Gachalunos; con la finalidad de mejorar las falencias turísticas del municipio a partir de un producto turístico fomentado en la sostenibilidad y la actividad náutica se presenta el siguiente proyecto, teniendo como objetivo posicionar al municipio de Gachalá como un destino turístico náutico.

Las principales problemáticas que afronta el municipio de Gachalá referente a la actividad turística son:

- El municipio no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico.
- No existe un proceso de planificación que formule estrategias para el desarrollo de la actividad turística.
- La nula inversión al patrimonio natural y cultural, los servicios y prestadores turísticos ubicados en la región.

Llegado a este punto, el Plan de Desarrollo Municipal de Gachalá, expone:

El municipio posee un potencial en sitios que pueden ser catalogados como eco-turísticos y que aún no han sido aprovechados, ni mucho menos presentados para un apoyo de las diferentes instituciones gubernamentales y de carácter privado que apoya este tipo de actividad en el país. (Municipio de Gachalá, 2011)¹

¹ Plan de Desarrollo Municipal.

Teniendo en cuenta que los atractivos que hacen parte del municipio deben ser aprovechados de manera sostenible y generando un valor de protección por parte de la comunidad.

Por ende, el Esquema de Ordenamiento Territorial Municipio de Gachalá argumenta que “se requiere una definición de las posibilidades de uso del Embalse con propósitos turísticos y recreativos, así como el establecimiento de un área de protección del mismo a su alrededor”(Colombia, 2000); es aquí donde la comunidad y el consejo municipal necesita planificar el adecuado uso de los recursos potenciales para el aprovechamiento de la actividad turística como motor económico del municipio.

Delimitación del Problema.

Gachalá es un municipio de Cundinamarca, ubicado en la provincia del Guavio a 148km de la ciudad de Bogotá, cuenta con una extensión de 441 km², su temperatura promedio es de 19°C y presenta una población de 5.751 habitantes. El proyecto busca que el municipio de Gachalá sea reconocido como un destino turístico náutico y sostenible, aprovechando su riqueza natural y cultural.

Pregunta Problema

¿Cómo aprovechar los atractivos turísticos para la creación de un producto turístico náutico, con un enfoque hacia el turismo sostenible?

Justificación

El municipio de Gachalá ha sufrido grandes cambios a nivel social y ambiental, los cuales se han producido a partir de la construcción de la hidroeléctrica del Guavio, el puente de Miraflores y la explotación de minerales como esmeraldas y hierro. Estas obras de ingeniería e infraestructura le

han generado un patrimonio material al municipio, los cuales pueden ser utilizados para la realización de actividades turísticas que logren impulsar al territorio en la oferta turística departamental.

El proyecto se enfocará en primer lugar en la investigación del posicionamiento actual que posee el territorio en términos turísticos, en segunda estancia el análisis del mercado objetivo, para que de esta manera se pueda implementar programas que permitan el desarrollo de un producto turístico náutico en el municipio, con la finalidad de extender la oferta turística, para lograr un desarrollo competitivo frente a aquellos municipios que son conocidos turísticamente en el departamento de Cundinamarca.

Igualmente, en lugares como Paipa y Guatapé se ha identificado la realización de actividades náuticas, consolidadas como una alternativa económica en dichos territorios; las principales actividades realizadas son: paseos en lancha, bicicletas acuáticas, kayak y sky, las cuales han permitido impulsar el turismo en los municipios mencionados anteriormente. Por lo tanto, el embalse del Guavio puede ser un atractivo turístico utilizado para la práctica de actividades náuticas, valiéndose de las características geográficas con las que cuenta la hidroeléctrica más grande de Latinoamérica.

La propuesta para la creación de un producto turístico náutico, parte de una iniciativa grupal al observar que en el municipio de Gachalá no se evidencia el apoyo a la actividad turística, haciendo parte del desarrollo económico del territorio; de manera que el proyecto busca generar nuevas alternativas que permitan identificar que oportunidades ofrece esta zona en relación con el turismo náutico y sostenible.

Objetivos

Objetivo General.

Diseñar un producto turístico náutico, en el municipio de Gachalá, a partir de las potencialidades de la Represa del Guavio, mediante el desarrollo sostenible.

Objetivo Específicos.

Diagnosticar la situación actual de Gachalá como potencial destino turístico náutico.

Determinar el mercado objetivo interesado en un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá.

Proponer un producto turístico náutico sostenible que contribuya al posicionamiento de Gachalá como un destino turístico náutico.

Marco teórico

Producto turístico: Evolución y componentes

El artículo presenta un estudio de cómo la actividad turística ha evolucionado a través de los años, junto a esto con una detallada revisión bibliográfica que permite mostrar el avance que ha tenido la actividad turística y los componentes de un producto turístico. En consecuencia es donde el turismo empieza su evolución, el hombre primitivo se empezó a desplazar por diversos cambios del clima en busca de alimentos y vestido, por tal motivo se empiezan a generar diversas tipologías de viaje como: viajar por negocios, salud, religión, ocio, cultura, entre otros aspectos que condescendieron a que actualmente las personas viajen para generar nuevas experiencias y tener una percepción del entorno.

Discutiendo acerca del tema de interés que se compete se habla de Producto Turístico como “un método complejo conformado por la oferta turística, integrada por los servicios suministrados de la planta turística y por bienes no turísticos. Contribuye a satisfacer al turista, mediante las facilidades, accesibilidad y la experiencia que se logra gracias a los atractivos”(Morillo & Coromoto, 2011). Todo lo anterior dándole relevancia al turista, quien necesita satisfacer diversas necesidades cuando visita un destino turístico, encontrando servicios de calidad que le hagan generar una experiencia única e inolvidable.

Con respecto a la conformación del producto turístico los autores conciben que está conformado por “organizaciones que ofrecen bienes y servicios a turistas, incluyendo los servicios de entretenimiento y recreación, así como todo activo natural, cultural y social donde se desarrollan las actividades, que constituye, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de desplazamiento”(Morillo & Coromoto, 2011). Es decir, que todos los componentes del producto permiten crear un modelo principal para la demanda turística de un destino, teniendo en cuenta el equipamiento, la infraestructura turística, los prestadores de servicios turísticos, entre otros aspectos para que se dé un buen servicio del mismo.

Concretamente el producto turístico debe estar armonizado y coordinado dentro de un destino con aspectos como transporte, restauración, comunicaciones, recreación y alojamiento, sin dejar

de lado la importancia que tienen los atractivos turísticos y el turista, quienes dan resultado a la oferta y la demanda para la creación de un producto turístico.

Hoy en día el producto turístico queda definido dentro de la generalidad de un viaje con un especial interés, comprendido no solo de aspectos turísticos, si no que se involucran los políticos, económicos, sociales, entre otros; dando a conocer que es un modelo que va de la mano con las necesidades, actitudes, emociones y percepciones de los viajeros, que como los autores destacan que el turismo “se nutre del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y la combinación de aspectos medioambientales, socioculturales y económicos pueden transformar el ámbito territorial y cultural de la actividad” (Morillo & Coromoto, 2011).

Y como último análisis, el producto turístico permite la realización de estrategias turísticas que ayuden a que cuando se diseñe el mismo en un destino, no se descuide u omite ningún componente, que genere falta de un servicio. Al igual hay que saber que el turista es la prioridad, pero no hay que dejar de lado a los agentes de todo el sector que hacen que la oferta turística este lo más completa posible, también velando por el bienestar de los prestadores de servicios y verificando la calidad con la que se está ofreciendo el servicio, para que no se genere ningún inconveniente.

Desarrollo de productos turísticos

La actividad turística es un fenómeno difícil de delimitar, pues ha experimentado en las últimas décadas un incremento espectacular convirtiéndose en un sector económico cada vez más relevante e internacional. Debemos entender con antelación que se entiende como producto turístico al conjunto de recursos e infraestructuras que son capaces de atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas, es decir, un “paquete turístico” integrado no solo por la oferta hotelera y complementaria, sino que incluye todo lo demás que rodea a las infraestructuras como: playas, paisajes naturales, monumentos artísticos, folclore, etc. Veremos las definiciones que dos autores le dan al producto turístico.

Según el autor Philip Kotler en su libro Marketing Turístico “Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado, que sea adquirido, utilizado o consumido, y que satisfaga

una necesidad o un deseo. Los productos pueden ser objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas”. (Kotler, 2011)

En su libro Kotler menciona que un producto o servicio turístico se tiene que pensar desde cuatro niveles: el producto o beneficio central, el producto esperado, el producto de apoyo y el producto aumentado.

El producto hace referencia a lo que el cliente está comprando realmente, se le muestra al consumidor los beneficios de cada producto y lo que se vende son esos beneficios más que las simples cualidades del mismo. Los productos esperados son aquellos bienes o servicios que van a estar presentes para que el cliente pueda hacer uso del producto central, para este se exige un conocimiento tanto del cliente objetivo como del tipo de producto esperado que los clientes demandaran. El tercero hace referencia al producto de apoyo, que es aquel que incluye ciertos beneficios adicionales que añaden valor al producto central y ayudan a darle ese valor diferencial de la competencia. Por último el producto aumentado incluye accesibilidad, el ambiente o entorno físico, la interacción del cliente con la organización prestadora del servicio, los elementos mencionados anteriormente se combinan con los niveles anteriores para así ofrecer el producto aumentado.

Por otro lado la definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería “un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso” (Acerenza, 1990).

Como se puede apreciar los dos autores mencionados anteriormente abarcan el concepto de producto turístico desde una perspectiva similar pues se sabe que es un conjunto de prestaciones que se ofrece a los turistas con el propósito de satisfacer los deseos del mismo, el producto turístico abarca no solo los bienes materiales e inmateriales sino también las experiencias, atractivos y las personas del lugar que se visita. Los profesionales en hotelería y turismo que gestionan servicios deben trabajar duro para suprimir desafortunadas sorpresas y así asegurar que sus clientes reciban lo que esperan.

En base a lo anterior, los elementos que conforman el producto turístico se pueden resumir en tres: recursos turísticos, infraestructuras y empresas y servicios turísticos. Los recursos pueden estar relacionados con la naturaleza, la historia o con la cultura viva del destino turístico. En cuanto a la infraestructura, se consideran elementos físicos, públicos y privados que son necesarios para el acceso del destino y el disfrute de la oferta turística por parte del turista como: infraestructura de transporte, de sanidad, de seguridad y protección del turista, de energía, hidráulicas, de señalización turística. Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico que buscan satisfacer las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo.

Los productos turísticos son intangibles, están claramente influenciados por la curiosidad del turista y la necesidad que este tiene de viajar y el consumo del mismo suele ser luego de su adquisición o en la fecha determinada para viajar.

El procedimiento para la creación de un producto turístico consta de varias etapas que establecen ciertos ciclos para cada una de las variables del marketing (producto, precio, comunicación y distribución). Los pasos son:

Búsqueda y análisis de la información.

- Análisis de la situación del mercado: este permite identificar cuáles son los mercados disponibles, hacia que mercados se puede dirigir la oferta, cuáles son sus necesidades y preferencias. Con esta información es posible segmentar el mercado y profundizar en su estudio.
- Análisis de la competencia: se debe realizar un inventario y análisis de las principales empresas que ofertan sus productos en el segmento en el que se va a especializar, cuáles son sus precios y la estrategia de posicionamiento.
- Inventario de recursos: se elabora un inventario de los atractivos para así generar un grupo de ideas, y así tener en cuenta el estado actual de los recursos, su accesibilidad y determinar lo que constituye el atractivo principal.

Diseño del producto.

Se deben buscar nuevas ideas para generar productos turísticos. Las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, además de la infraestructura existente. Para generar esas nuevas ideas se pueden utilizar fuentes como: clientes actuales, empleados, proveedores, competidores.

Después de obtener las ideas se deben eliminar las que son inviables y la idea que se evalúa debe ser compatible con la imagen y los objetivos de la empresa, la cual debe evaluar la tecnología requerida por el producto, los recursos de la empresa, así como los canales de distribución necesarios.

El concepto del producto consiste en su descripción detallada en términos que tengan significado para el consumidor, debe estar determinado por el punto de vista del comprador. Para que el producto sea aceptado en el mercado debe presentar alguna diferencia significativa con respecto a los existentes, aportar alguna nueva idea o ventaja en el precio.

Por último el diseño del producto define el nombre, itinerario, los servicios que brindaran y los procesos del producto. Una vez diseñado el producto debe desarrollarse una estrategia comercial.

Definición del precio.

En este punto se realiza un inventario de los prestatarios del producto, es decir los servicios que ofrecen con su respectivo presupuesto, esto con el fin de fijar el precio pues obtenido el costo del producto se establecen los índices de beneficios y se define el precio del propio producto por segmentos de mercado.

Posicionamiento.

Permite planificar el proceso de inserción del nuevo producto al mercado, mediante estrategias y acciones a desarrollar en el mix de comunicación.

Definición del canal de distribución.

Se deben analizar los operadores y agencias de viajes con mayor representación en el país que operan los segmentos de mercado seleccionados. Luego se debe realizar en cada mercado el estudio para así elaborar un listado de los operadores con mayor presencia en cada uno de los mercados.

Retroalimentación.

Se debe diseñar una encuesta de la cual se obtenga información sobre el grado de satisfacción del cliente y si tiene sugerencias, para que así el producto se encuentre en constante retroalimentación.

Actividad náutica

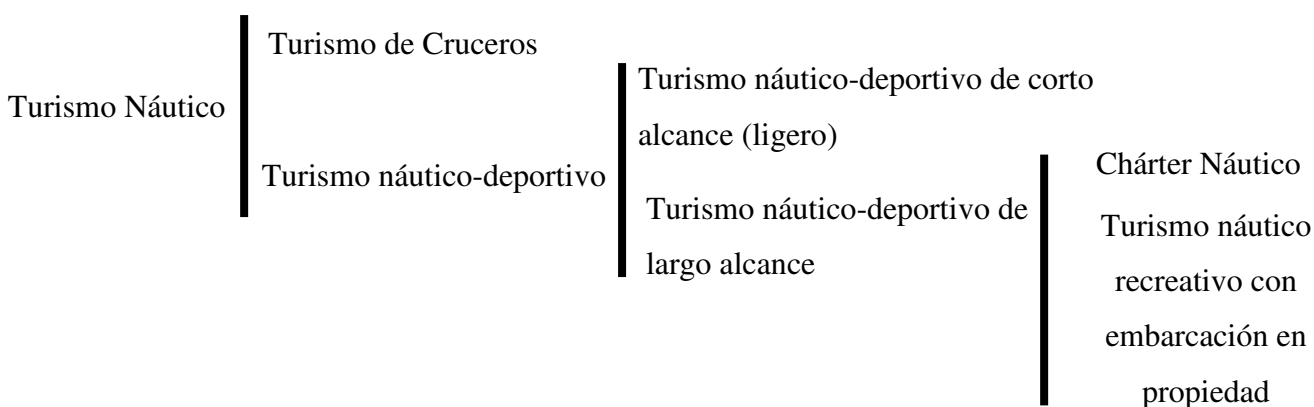
Turismo náutico: Concepto y clasificación.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es considerado un fenómeno de índole social, cultural y económico relacionado con el traslado de las personas a lugares diferentes de su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos personales, ocio/recreación o de negocios/profesionales. Así mismo el turismo involucra las actividades ofertadas en los destinos turísticos, y que realizan las personas durante su estancia.

Con el crecimiento de forma global que ha tenido el turismo a lo largo de los años se han ido presentando y clasificando las diferentes tipologías turísticas, sus características y el impacto que han presentado en los destinos, en la economía y en el contexto socio-cultural de las naciones. Dentro de las diversas tipologías del turismo encontramos un segmento denominado turismo náutico, el cual está posicionado de manera sólida en diversos destinos a nivel mundial, siendo generador de divisas e ingresos económicos regionales o nacionales.

El turismo náutico según Salvador Ferradás Carrasco es definido como “un segmento del turismo litoral² relacionado con prácticas de ocio y actividades deportivas en contacto con el mar...” (Carrasco, 2001), así mismo Ferradás Carrasco expone al turismo náutico como un producto que puede presentarse en cualquier época del año, lo cual desemboca en un factor desestacionalizador³ del turismo; igualmente el turismo náutico no solo permite la satisfacción de los turistas que desarrollan la actividad, también es un factor contribuyente a beneficios socio-económicos y el incremento y diversificación de la oferta turística.

En la clasificación del turismo náutico se encuentra el análisis realizado por Antonio Peláez, en donde el turismo náutico se descompone como se refleja a continuación, tomando como base el tipo de actividad náutica que el turista realiza (Bretones Gallardo, 2006):



Turismo de cruceros: Conocido por la utilización de grandes embarcaciones para el transporte de pasajeros; es toda actividad realizada a bordo de un buque, el cual posee todos los servicios y

²Actividades de ocio y recreación que se realizan en una playa, río, lago y demás ecosistema acuático.

³ Desestacionalizador: Temporada turística de algunas estaciones y destinos de índole turístico.

facilidades a los pasajeros similares al de los hoteles. Tiene como enfoque fundamental el ocio y la recreación.

Turismo náutico-deportivo: Se incluyen todas las actividades acuáticas relacionadas a la práctica deportiva, lo que los obliga a realizar desplazamientos y escalas a otros puertos o zonas; este tipo de turismo se encuentra dividido en dos segmentos:

Turismo náutico-deportivo de corto alcance: Se llaman de corto alcance ya que las actividades realizadas son en el mismo punto del litoral⁴, sin la presencia de desplazamiento a otras zonas para la utilización de los servicios.

Turismo náutico-deportivo de largo alcance: Llamadas así por la utilización de embarcaciones de recreo que permiten al turista la práctica de las actividades deseadas, así mismo este segmento se caracteriza por la realización de la actividad denominada chárter náutico, una de las modalidades de turismo náutico más utilizadas en países europeos.

Chárter náutico: Consiste en el alquiler de una embarcación por parte de los turistas, en donde se consigue realizar actividades recreativas tales como esquí acuático, windsurf, surf, submarinismo, entre otros.

Turismo náutico en el mundo

A nivel mundial el turismo náutico es uno de los segmentos turísticos que presentan un potencial de crecimiento elevado, ya que dispone de una diversidad de atractivos que generan diversificación y especialización de la oferta, además de poder atraer otras actividades por medio de las infraestructuras utilizadas para el desarrollo de las actividades. Por medio de las diversas tipologías del turismo náutico se han presentado destinos potenciales en la prestación de las actividades de tipo náutico.

El continente Europeo es un foco importante en la oferta turística náutica, siendo España uno de los destinos más importantes; según la OMT “se calcula que el turismo náutico ha generado

⁴ Área de transición entre sistemas terrestres y marinos.

en España unos 2.000 millones de euros anuales, con una tendencia al crecimiento entre el 2010 y el 2011 de un 8,4%” (Tendències, 2011); así mismo España posee un total de 28 destinos con estaciones náuticas⁵, las cuales se encuentran localizadas en las costas mediterránea y canaria especialmente. De igual manera la publicación realizada por el Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio de Cataluña (PCT) titulada “Ranking de los principales países emisores, según la OMT” expone que España se encuentra en proyectos impulsores de las Estaciones Náuticas de interior con el objetivo de mejorar los beneficios económicos y sociales que presenta la infraestructura en los destinos.

Dentro del ámbito de innovación del turismo náutico en España, la Asociación Española de Estaciones Náuticas (AEEN) ha planeado la implementación de actividades náuticas siguiendo el modelo del país francés, en donde se manejan dos estaciones de tipo interior conocidos como el Lago Lemán y Lago Bourget.

Francia es considerada otro de los destinos de referencia para este tipo de turismo, datos expuestos por la France Station Nautique (FSN) presentan que el país cuenta con un total de 35 estaciones localizadas específicamente en la costa, en el interior y las existentes en Martinica y Guadalupe. Así mismo el programa Think Tank de la PCT registró un total de 4 millones de practicantes de actividades náuticas de nacionalidad francesa, ocupando el segundo puesto de mayor número de participantes después de Reino Unido con un total de 7,7 millones aproximadamente.

El trabajo de estos dos países en el desarrollo del turismo náutico como un producto que sea convertida en parte esencial del territorio se ve reflejado en la conformación de la Federación Europea de Asociaciones Nacionales de Estaciones Náuticas, por medio de la unión de la AEEN y la FSN.

Otro país Europeo considerado como destino principal para el turismo náutico es Grecia; Ferradás Carrasco explica en el documento llamado “El Turismo Náutico en el Mediterráneo” que este país que hace parte de la Unión Europea es uno de los destinos más demandados en la náutica de recreo gracias a su geografía; así mismo dentro del turismo en Grecia se ha venido

⁵Destino turístico especializado en deportes náuticos. Utilizado como punto de información y asesoramiento al cliente interesado en realizar deportes náuticos.

introduciendo el Chárter Náutico⁶, utilizado específicamente para actividades subacuáticas y pesca, siendo dichas actividades controladas y supervisadas por el Ministerio de Cultura y Ciencias Griego.

Turismo náutico en Colombia

Colombia es un país reconocido como potencia en turismo de negocios enfocado en la ciudad de Medellín, también se encuentra posicionado como el segundo país más biodiverso a nivel mundial logrando captar la atención de diversos turistas por los diferentes ecosistemas que el territorio posee y las actividades que se pueden realizar en los mismos. Además de eso el crecimiento económico en los últimos años del país se ve representado en las actividades turísticas; es por esto que los departamentos apoyados de las políticas generadas buscan la innovación en las nuevas tendencias que buscan los viajeros, haciendo uso de las potencialidades de los territorios nacionales.

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MinCIT) expuso en el año 2014 en el International Boat Show celebrado en Cartagena, que el turismo náutico es un sector con ventajas competitivas y con un gran potencial en el país; señalando las ventajas del territorio tales como la ubicación geográfica y los ecosistemas presentes se busca que el gobierno impulse proyectos y planes en torno al desarrollo de la actividad turística náutica.

Durante el evento celebrado en Cartagena el ex-ministro de Comercio, Industria y Turismo Santiago Rojas Arroyo señaló:

Debemos trabajar en conjunto Gobierno y autoridades locales, para estimular este sector porque eso significa más empleo, pues no solo estamos hablando de yates sino de todas las actividades que giran alrededor del turismo náutico, como buceo, servicios asociados, reparación, astilleros, entre otros. (MinCIT, 2014)⁷

⁶Actividad por la cual se ofrecen embarcaciones de recreo en alquiler, sea la embarcación completa o sea una plaza en una embarcación.

⁷ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Es por esto que se genera el Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia con el objetivo de ejecutar un diagnóstico para delimitar la potencialidad del turismo náutico en Colombia, en las zonas de las Costa Caribe y Pacífica y poder diseñar productos que favorezcan este tipo de turismo en las zonas incluyendo la parte recreativa y deportiva.

Dentro del Plan Nacional se presentaban las actividades que se buscan implementar en las regiones seleccionadas tales como: Navegación a vela, buceo, surf, kayak, esquí náutico, avistamiento de cetáceos, entre otros combinados con ofertas complementarias como sol y playa, naturaleza y demás; la investigación recopilada en el documento se encuentra dividida en tres fases definidas como: FASE I-Análisis de situación-diagnóstico, FASE II-Definición de estrategias y FASE III-Plan de actuación.

Para el año 2016 durante el Congreso Nacional de Turismo Náutico realizado en la ciudad de Cartagena, se destacó nuevamente el aprovechamiento de las condiciones geográficas del país, el posicionamiento y promoción de la infraestructura y su mejoramiento siguiendo con lo planteado en el Plan Nacional de Turismo Náutico. Así mismo la viceministra de turismo Sandra Howard Taylor expresó el trabajo arduo que se está manejando para mejorar la oferta en destinos capaces de atender la demanda de embarcaciones en busca de seguridad y sostenibilidad; es por esto que lugares como Santa Marta, Riohacha, Ciénaga, San Andrés, Bahía Solano, Capurganá, entre otros, han sido seleccionados para impulsar la actividad generadora de desarrollo y crecimiento económico.

Actividades náuticas de recreación

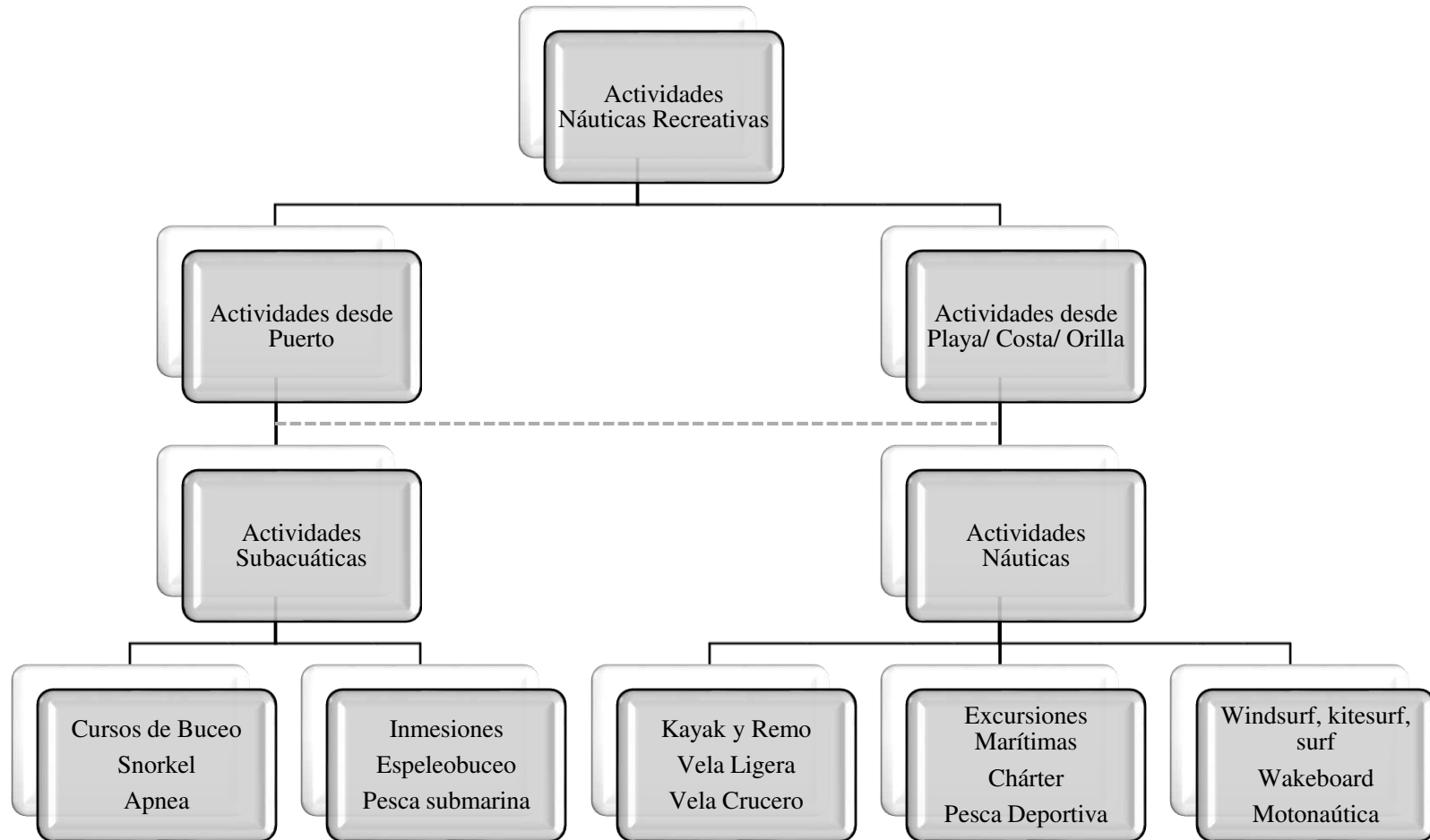
La palabra recreación se encuentra enlazada con el ocio y el tiempo libre en el que un individuo toma provecho de la realización de actividades que le satisfagan de forma personal; es decir que recreación según el Consejo de Educación Inicial y Primaria es un conjunto de actividades que tienen lugar en un tiempo libre o sin obligaciones y que el hombre escoge para diversión, entretenimiento y placer.

En Colombia el uso del tiempo libre, el ocio y la recreación se encuentra emanado en la Constitución Política de Colombia (1991) en el artículo 52; es aquí donde el turismo pasa a ser

considerado una actividad de tiempo libre asociado al disfrute de las actividades realizadas en los diversos destinos turísticos y que generan un sentimiento de alegría, relajación y esparcimiento a los turistas.

Las actividades náuticas recreativas son consideradas un factor de impacto en la economía de las zonas donde se realizan y prestan dichos servicios; definida anteriormente la división que hace parte del turismo náutico es necesario identificar los productos directamente relacionados con esta tipología turística, según el documento titulado “La gestión de instalaciones náuticas de recreo y su relación con el turismo náutico” de la Universidad de Alicante podemos dividir las actividades en dos aspectos:

Ilustración 1: Actividades Náuticas Recreativas



Creación Propia

Fuente.(Javaloyes, 2012)

Marco geográfico

Gachalá: Historia y ubicación

En la provincia del Guavio se encuentra un municipio llamado Gachalá, el cual posee una historia llena de cultura chibcha reflejada en el mismo nombre del municipio; Gachalá en lengua chibcha significa lugar de los Gachas⁸; también se le da el significado al municipio, según Acosta Ortegón en su libro “El idioma chibcha o aborigen de Cundinamarca” de la Vasija de Barro de la Noche o de Derrota de la Noche. (Ortegon, 1938).

Los primeros pobladores del municipio fueron la comunidad de Los Chíos⁹ perteneciente a la tribu Chibcha, los cuales fueron los habitantes de estas tierras hasta el año 1810 en donde se realizó la fundación del municipio por parte de los curas Mariano de Mendoza y José Ignacio de la Barrera, a quienes se les atribuye la fundación por medio de la celebración de una misa católica para la consolidación del territorio. (Municipio de Gachalá, 2016)

Gachalá es un municipio ubicado al suroriente de la región de Cundinamarca a una distancia de 142 km de Bogotá y es conocida como la capital hidroeléctrica de Colombia. Este municipio hace parte de la provincia cundinamarquesa del Guavio junto con Gachetá, Ubalá, Junín y Gama. Cuenta con una extensión total de 1712km², tiene una altitud media de 1712 msnm y cuenta con una población de 6460 habitantes según el censo realizado en el año 2004 por el SISBEN¹⁰. (Salazar, 2015)

De acuerdo a la información suministrada por la página del municipio se encuentran dos rutas para llegar al municipio: la primera vía Gama de 126 km y la segunda vía Ubalá de 142 km, ambas vías rodeando la represa. Gachalá en términos geográficos limita al occidente con Gama, Junín y Fómeque; al sur con Medina y el departamento del Meta; al norte con la Provincia de Oriente en el departamento de Boyacá y con el municipio de Ubalá; por el oriente limita con

⁸ Referencia de los gachalunos.

⁹ Tribu perteneciente a la comunidad Chibcha.

¹⁰ Sistema de Selección de Beneficiarios Para Programas Sociales.

Medina y el sector B¹¹ del municipio de Ubalá. En términos político- administrativo se encuentra conformado por 31 veredas agrupadas por 3 inspecciones de policía y en torno al casco urbano.

Represa del Guavio

La represa hidroeléctrica del Guavio es la obra de ingeniería más importante de la región y una de las más grandes a nivel de Latinoamérica; la planificación y estudios de este proyecto inició desde los años treinta a cargo de la empresa INGETEC, pero fue en el año 1.953 dónde se autorizó la planificación para los inicios de obra del proyecto. Seleccionando los municipios de Ubalá, Gachalá, Gacheta, Gama y Junín para la inundación de terrenos de estos municipios y dando inicio a la construcción en el año 1980 a cargo de la empresa propietaria de la obra EMGESA; fue hasta el año 1992 que la hidroeléctrica entro en operación. (Universidad Externado de Colombia, 2000)

En el Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca se plantea que los habitantes del municipio de Gachalá empezaron a generar un interés en los deportes náuticos debido a la construcción de la hidroeléctrica del Guavio, en donde se destacan posibles oportunidades de actividades náuticas y turísticas como la navegación, pesca deportiva y el turismo contemplativo (Tourism Consulting S.A.S, 2012). Según lo anterior se ha evidenciado que el municipio de Gachalá posee un alto interés en la realización de actividades en la represa del Guavio, como lo es en este caso las actividades náuticas, buscando que sea una de las actividades económicas más fuertes en el municipio.

La represa del Guavio se encuentra vigilada bajo entidades como Corpoguavio y Emgesa, las cuales están en constante cuidado de la conservación y preservación del embalse y sus alrededores; estos mismo parámetros de mantenimiento generaron que la represa del Guavio recibiera un certificado ambiental en el año 2005 por sus procesos ambientales de calidad. Así mismo las empresas se han encargado de generar charlar educativas a la comunidad gachaluna

¹¹El municipio de Ubalá, es el único del departamento que está dividido geográficamente en dos zonas: Ubalá A y Ubalá B.

para el manejo de las basuras y residuos, siempre velando por el bienestar del ecosistema para brindar la mejor calidad de los recursos con que cuenta. (Tourism Consulting S.A.S, 2012)

Concluyendo, es importante velar por el bienestar por los atractivos que tiene el municipio y más aún por el principal atractivo con el que cuentan que es la represa del Guavio, con el objetivo de presentar al turista una imagen en donde la comunidad y las organizaciones trabajan en conjunto por el cuidado del territorio, y de esta manera educar al turista sobre la conservación y protección de estos ecosistemas que son los atractivos principales que posee Gachalá.

Festival Nacional Náutico del Guavio: FESTIGUAVIO

La junta de ferias y fiestas del municipio de Gachalá, junto con los gachalunos tuvieron la idea de realizar un evento náutico dentro de la feria equina en el año de 1999, en donde se apreciaron dentro del embalse veleros, que para su época generaron una gran afluencia de visitantes por su nueva tipología de actividades. La alcaldía municipal invirtió algunos de sus recursos para la compra de equipos náuticos como lanchas, bicicletas acuáticas y otros elementos para la práctica de actividades náuticas. (Municipio de Gachalá, 2013)

Gachalá cuenta con un gran tesoro hídrico, generador de vida y bienestar, el cual hoy en día es uno de los principales generadores hidroeléctricos en el departamento; en donde cada mes de octubre es celebrado un festival llamado “Festiguavio”, permitiendo brindarle a la comunidad y a los turistas que conozcan más de la región y el potencial turístico que se posee esta zona. El festival náutico es un evento que se institucionalizó en el calendario deportivo del puente de mediados de octubre, una de las mayores atracciones que tiene es el gran prix de canotaje y remo¹²; además el evento cuenta con exhibiciones y actividades: parapente, regata de vela¹³, triatlón¹⁴, ski y pruebas de moto náutica recreativa, permitiendo que este gran espectáculo congrege a familias y turistas en los tres días de deporte y diversión del festival. (Barreto, 2010)

¹² Carrera deportiva y recreativa de canotaje y remo en velocidad.

¹³ Deporte náutico que consiste en controlar la dinámica de un barco propulsado solamente por el viento en sus velas.

¹⁴ Deporte que combina tres disciplinas: natación, ciclismo y carrera a pie.

Por este motivo se genera el proyecto, para promover las actividades de turismo y recreación no solo una vez al año, si no en lo posible en varias épocas del año; ayudando a la comunidad para encontrar otra forma de adquisición monetaria, apropiación del patrimonio y posicionamiento del destino turístico, para hacer a Gachalá un destino reconocido por el turismo náutico, acompañado de los servicios que ofrece el municipio.

Diseño metodológico

Tipo de investigación

En el desarrollo de esta investigación se maneja un enfoque mixto debido a que permite tener una variedad de resultados los cuales posteriormente serán analizados, para estudiar de forma apropiada en qué estado se encuentra la actividad turística náutica en el municipio de Gachalá.

Por una parte la investigación cuantitativa permite recolectar datos, realizar una medición numérica y se genere un análisis estadístico de los mismos; la investigación cualitativa permite profundizar en la información obtenida, describir detalladamente los datos y permite una experiencia directa con lo concerniente al mercado.

El tipo de investigación adecuado para el proyecto es descriptivo en el cual mediante un registro detallado de todo lo relacionado a actividades náuticas se va a preguntar a la población todo lo relacionado al tema de turismo náutico, pues lo que se desea es presentar ante la comunidad y la alcaldía de Gachalá la realidad existente en cuanto al turismo náutico en Colombia enfocado primordialmente en el municipio de Gachalá, para ello se desea proponer un producto turístico náutico a desarrollarse en la Represa del Guavio.

Dentro del marco de una investigación cualitativa, el cruce de datos comprende el uso de varias estrategias para estudiar un mismo fenómeno como entrevistas individuales, sondeos de opinión, talleres investigativos, etc. Al utilizar varias estrategias se puede visualizar un problema desde diferentes ángulos y de esta manera aumentar la validez y consistencia de los resultados

hallados. Cuando varias estrategias arrojan resultados similares, esto enriquece el estudio y brinda la oportunidad de que se realicen nuevos planteamientos.

Después de obtener los resultados esperados se debe verificar y comparar la información obtenida en diferentes momentos mediante los diferentes métodos utilizados para la recolección de información.

Población y muestra

La población específica a la cual está dirigida este proyecto son los habitantes del municipio de Gachalá y los turistas que llegan a dicho municipio en cualquier época del año, puesto que en la Represa del Guavio es el lugar donde se propone realizar una serie de actividades náuticas que permitan fortalecer y diversificar la oferta actual del municipio.

Recolección de la información

Para el desarrollo del proceso metodológico la técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista que permitirá recopilar la información en la muestra. La ventaja de realizar entrevistas reside en que son los mismos actores sociales los que proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, pues nadie mejor que la persona involucrada para hablar acerca de aquello que piensa y siente sobre ciertos temas, en este caso sobre todo lo relacionado a las actividades náuticas y el turismo náutico como tal en Gachalá.

El instrumento utilizado para la recolección de información será la creación de entrevistas para turistas, entidades gubernamentales y prestadores de servicios turísticos y un sondeo de opinión, utilizando un conjunto de preguntas que se dirigen a los grupos determinados de personas anteriormente nombrados los cuales son los que poseen la información que se necesita para la presente investigación.

Por otro lado la recolección de información de los atractivos turísticos y el proceso de inventario turístico que se va a integrar en el diseño del producto turístico tendrá como

lineamiento el guía de inventarios turístico manejado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el formato del año 2009; al igual la reevaluación utilizada para los atractivos según la fecha datada de recolección de información en contraste con el estado actual de conservación de los aspectos físicos, de seguridad y accesibilidad de los atractivos turísticos.

Procesamiento y análisis estadísticos

Una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procederá al análisis estadístico respectivo. Los datos obtenidos serán analizados mediante las variables de segmentación que estamos aplicando en la investigación y en gráficos que representen la información obtenida de manera ordenada y legible.

Capítulo I: Diagnóstico de Gachalá y el turismo náutico en la actualidad

El turismo es una actividad catalogada como un enfoque sistémico¹⁵, ya que no puede ser evaluado ni definido desde una perspectiva o dimensión única; se reconoce que toda actividad turística es catalogada de índole económica, socio-cultural, ambiental, política, entre otros. Así mismo el turismo se conforma de un grupo de elementos tangibles e intangibles utilizados a favor de la realización de las actividades, permitiendo puntualizar aspectos de la oferta y demanda de los destinos y la relación que se presenta entre el conjunto de elementos y las dimensiones utilizadas en el mismo.

Las dimensiones turísticas se presentan como una base de recolección de la información en torno a los impactos de la actividad en los diferentes destinos, relacionándose con los modelos tradicionales presentados por Boullón en donde se expone la oferta y la demanda turística, de Acerenza integrando el destino emisor y receptor y finalmente la introducción de los elementos de estructura, superestructura e infraestructura postulados por Molina, creando un denominado sub-sistema turístico; el cual puede ser encasillado dentro de las dimensiones asociadas a las actividades turísticas en cualquier destino. (Varisco, Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico, 2013)

A partir de esto el sistema turístico ha sido utilizado y manejado para analizar el impacto de las diferentes dimensiones asociadas a la actividad turística en un destino y como estas mismas pueden definir la tipología de turismo a ser utilizado en el destino; al igual este modelo puede llegar a ser útil para la realización de capacitaciones para los prestadores de servicios turísticos y que de esta manera se capaciten e informen de las nuevas tendencias que presenta la actividad a nivel global, generando una disposición a actuar sobre los desafíos futuros del sector.

Hablar de turismo como un enfoque sistémico expone el conjunto de actividades y actores que se encuentran relacionados con el desarrollo turístico, así como elementos implicados que se generen dentro de los destinos turísticos. La siguiente ilustración presenta como se representa la actividad turística haciendo uso de las dimensiones y subsistemas turísticos:

¹⁵ Unión de elementos tangibles e intangibles que hacen parte de un sistema determinado.



Ilustración 2: Sistema Turístico. Elaboración propia

Nota. Ilustración construida a partir de los aportes de (Varisco, Universidad Nacional de Mar de Plata, 2013)

En el anterior esquema se muestran cinco subsistemas, el primero de ellos es la oferta turística, el cual está compuesto por el conjunto de bienes y servicios que se encuentran en el mercado, esta oferta turística se clasifica en dos segmentos: oferta primordial (recursos turísticos) y oferta complementaria (prestadores de servicios turísticos); el segundo subsistema es la demanda turística, conocido como el número de personas que desean hacer uso de los servicios y productos ofertados en los destinos turísticos. Como tercer subsistema se encuentra la infraestructura, la cual es la agrupación de obras y servicios que están dispuestas para el desarrollo de las actividades turísticas, este subsistema permite la conexión entre el destino receptor y el turista, tales como el transporte y las vías de comunicación hacen parte este sistema. Posteriormente esta la superestructura, conformada por los organismos públicos (organismos

gubernamentales) y privados (instituciones privadas vinculadas a la actividad turística) con el objetivo de generar la planificación del sistema turístico; como último sistema se presenta a la comunidad receptora, que a pesar de no participar de manera directa en el sector turístico, es fundamental para el desarrollo local de un destino y la acogida que tendrá el mismo.

Estos subsistemas presentados se encuentran relacionados en su identificación por medio de cinco dimensiones importantes manejadas y que engloban la actividad turística, un ejemplo específico del modelo de las dimensiones del turismo (figura 1), expone que los pilares para la generación de los subsistemas son las investigaciones y análisis de las dimensiones relacionadas al turismo y su actividad, por lo cual las dimensiones giran en torno de los subsistemas, pretendiendo generar un esquema investigativo a los principales factores que se generen durante la realización del diagnóstico utilizando las variables propuestas por los autores. (Varisco, Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico, 2013).

Las dimensiones se catalogan como una de las etapas del enfoque sistemático, ya que sirve como una base para la concepción general del turismo, por lo cual, dicho anteriormente las dimensiones trabajan bajo cinco aspectos necesarios para diagnosticar la actividad turística actual de un destino, estas dimensiones serán explicadas y definidas a continuación:

La dimensión económica analiza los aspectos económicos de la actividad turística en un destino. El turismo ha sido el representador y motor de desarrollo, con la capacidad de generar empleo a la comunidad, remodelación de las infraestructuras, entre otros aspectos generadores de ingresos de capital. Hay que resaltar que el factor humano es quien le da vida a la actividad turística, siendo turista o comunidad receptora, para que la búsqueda de mejores condiciones en el sector sea posible y contribuya al crecimiento económico del destino.

La dimensión ambiental se ha convertido en uno de los pilares en diferentes tipologías de turismo, buscando la generación de conciencia ambiental, impulsando movimientos ecologistas y el impacto de los turistas en el paso a los destinos; el turismo que está orientado hacia la sostenibilidad en gran parte aporta a la educación ambiental, tanto de turistas como de la comunidad. Así mismo la dimensión ambiental ha sido ligada a la sustentabilidad en los destinos, persiguiendo las metas planteadas en torno a erradicar el deterioro de los recursos naturales y al cumplimiento del objetivo de sustentabilidad enfocado en tres pilares bases, expuestos como un proceso de planificación enfocado en:

Todas aquellas decisiones de planificación deben tomarse localmente, buscando satisfacer las expectativas económicas, postulando como prioridad el respetar el ambiente y la estructura física y socio-económica del lugar. Una urbanización excesiva y desordenada deteriora el recurso natural y desacreditará ambientalmente al destino. (Bensey, 2009)

El sector turístico es sensible al contexto político ya que cuando se generan conflictos de esta índole la actividad turística puede quedar suspendida en los destinos y las relaciones que se presenten entre los países no permiten la libre circulación de los turistas. La dimensión política puede limitar la actividad turística del destino, por medio de las políticas implementadas en el sector y sus efectos en el sistema turístico y en la oferta y demanda de los destinos. Igualmente dentro de esta dimensión Alejandro Villar expone ante las políticas públicas que el turismo, en tanto trata de una actividad compleja y dinámica, se encuentra atravesado e interconectado con una gran cantidad de políticas públicas que lo afectan (Villar, 2011). Igualmente Villar divide la dimensión política en dos factores: políticas de objetivo general tales como políticas económicas, de transporte, comunicaciones, infraestructura, laborales, ambientales, entre otros; y el segundo factor se reconoce como políticas específicas de turismo direccionadas a la sostenibilidad, a la competitividad, políticas de promoción turística, de calidad y de gestión y seguimiento.

Continuamente aparece la dimensión social permite visualizar de una manera específica la relación existente entre la comunidad con el sector turístico, analizando aspectos generales como la educación, la ocupación, grupos étnicos y experiencias vividas junto a diversos factores económicos que conforman una relación socio-económica para la demanda. También la dimensión social analiza la importancia de los actores sociales, el liderazgo y la distribución del poder dentro de un enfoque turístico; al igual esta dimensión es estudiada a partir de la relación de turistas y residentes, en donde se pueden generar factores como: empatía, molestia, indiferencia, situaciones de conflicto, entre otras. Existen factores que afectan negativamente el contexto social de un destino, entre los más frecuentes están: la delincuencia, la prostitución, el turismo sexual, el deterioro de las infraestructuras y la venta de estupefacientes.

Finalizando con los pilares del sistema turísticos aparece la dimensión cultural, la cual presenta la relación estrecha entre el turismo y la cultura del destino; el turismo considerado como un fenómeno cultural cuando es entendido como una actividad para utilizar el tiempo libre de las personas. Se dice que el turismo es la herramienta por la cual el turista puede conocer,

relacionarse e integrarse en otra cultura diferente a la suya, buscando obtener vivencias que enriquecen y nutren las expectativas de las personas, se presenta que el intercambio cultural de forma responsable genera una apropiación de la cultura y enseña a los turistas a valorar los espacios utilizados para ofertar los productos y servicios.

El diagnóstico de la situación actual tiene como finalidad realizar una descripción y análisis de los principales aspectos relacionados no solo a la perspectiva económica, socio- cultural y ambiental del municipio, sino que también permite conocer las potencialidades turísticas con las que cuenta y los distintos prestadores de servicios turísticos existentes en Gachalá. En lo que respecta a los prestadores de servicios turísticos se debe tener en cuenta que estos conozcan y apliquen la normatividad existente en materia de turismo, por lo que también debe estar explicado en este capítulo no solo la normatividad aplicable, sino también si dicha normatividad la manejan de forma correcta los prestadores; igualmente se necesitan conocer las potencialidades que ofrece el municipio y como el uso de dichas potencialidades están ligadas a la normatividad vigente con el objetivo de proteger el recurso y evitar el menor impacto en el destino.

A continuación se evidenciarán de manera detallada todos los aspectos nombrados anteriormente para de esta manera conocer más a fondo la actualidad del municipio, y así poder saber sobre que se está trabajando y si se tienen o no bases sólidas para aplicar nuevas iniciativas de turismo náutico en Gachalá.

Atractivos turísticos

Para iniciar con la revisión preliminar de los atractivos turísticos que posee el municipio de Gachalá se debe dar a conocer información como lo es la definición, características y clasificación de los mismos; los atractivos turísticos se definen como aquellos elementos naturales, culturales o sociales que mediante diversas actividades pueden ser utilizados como una motivación para el desplazamiento turístico, y a su vez, ser capaces de generar un alto interés para atraer a los turistas (Navarro, 2015); estos atractivos son los encargados de determinar la

selección por parte del turista y generan corriente turística hacia un territorio o región en específico.

El atractivo turístico hace parte fundamental del diseño de un producto turístico; el cual está conformado por todos los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda y que pueden despertar el interés para visitar y conocer una zona determinada, siendo estos elementos la base del desarrollo de la actividad turística. Los atractivos turísticos son la columna vertebral de un destino, puesto que si estos no se encuentran con las características necesarias para ser ofertados al mercado no se podrá generar una actividad ni desarrollo turístico en la región; así mismo los atractivos hacen parte de la identidad y del patrimonio tanto material como inmaterial que posee la región, reflejados en sus costumbres y creencias, y que pueden ser utilizados como un generador económico con beneficios para la comunidad receptora y un generador de experiencias para los turistas.

Presentado anteriormente los atractivos turísticos pueden ser vistos desde un factor social, cultural, natural, entre otros; así mismo se genera su clasificación basada en las características que posea y el uso que se le puede dar dentro de la actividad turística. Una de las clasificaciones que se desglosa de mejor forma en la revista El Cuaderno de Turismo es la categorización presentada por Boullón (1985), basado en OEA-CICATICUR organiza los atractivos turísticos de la siguiente manera:

Tabla 1. Clasificación de atractivos turísticos OCEA-CICATUR

DENOMINACIÓN	CLASIFICACIÓN
SITIOS NATURALES	Montañas
	Planicies
	Costas
	Lagos, lagunas y esteros
	Ríos y arroyos
	Caídas de agua
	Grutas y cavernas
	Lugares de observación de flora y fauna

DENOMINACIÓN	CLASIFICACIÓN
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Termas (Termales)
	PNN y reservas de flora y fauna
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS	Museos
	Obras de arte y técnica
	Lugares históricos
	Ruinas y sitios arqueológicos
FOLKLORE	Manifestaciones religiosas y creencias populares
	Ferias y mercados
	Música y danzas
	Artesanías y artes populares
	Comidas y bebidas típicas
	Grupos étnicos
	Arquitectura popular y espontánea
REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Explotaciones mineras
	Explotaciones agropecuarias
	Explotaciones industriales
	Obras de arte y técnicas
	Centro científicos y técnicos
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artísticos
	Deportivos
	Ferias y exposiciones
	Concursos
	Fiestas religiosas y profanas
	Carnavales

Elaboración propia

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Boullón (1985)

Dentro del territorio colombiano se presenta y maneja una metodología para la clasificación de los atractivos turísticos y la creación del inventario de los mismos; según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo la elaboración de inventarios debe ser una prioridad dentro del territorio nacional, emanado en la Ley 300 de 1996, la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012 como una obligación en torno a la continua actualización de los documentos inventariados.

Se conoce como inventario al proceso mediante el cual se realiza los registros de forma ordenada de los factores tanto físicos y culturales como parte del conjunto de atractivos, los cuales sirven para la elaboración y planificación de productos turísticos dentro del país (MinCIT, 2010). Para realizar el diagnóstico de los atractivos turísticos en el municipio de Gachalá se tuvo en cuenta la metodología elaborada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para la elaboración del catálogo de los atractivos turísticos, teniendo en cuenta que estos mismo son de carácter fundamental para el diseño del producto turístico.

Previamente para realizar la selección inicial de los atractivos turísticos potenciales a ser incluidos dentro del producto turístico, y sobre la cual se planeó el inicio del trabajo de campo en la región, se tomaron como base los siguientes referentes:

- El inventario de atractivos turísticos del municipio de Gachalá suministrado por la Gobernación de Cundinamarca, por medio del Instituto Departamental de Cultura y Turismo (IDECUT) y por la Docente Carolina Hernández Vargas.
- La información recopilada en la Corporación Autónoma Regional del Guavio (Corpoguavio).
- La información entregada por la representante de turismo del municipio Bethy González.

Durante la revisión de la información suministrada por las fuentes mencionadas anteriormente se encontró que el Municipio de Gachalá cuenta con un total de 18 atractivos turísticos; los cuales se encuentran clasificados según caracterización otorgada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En donde según el inventario presentado por el IDECUT Gachalá cuenta con un total de 16 atractivos turísticos clasificados en:

Tabla 2. Atractivos turísticos del municipio de Gachalá, inventario turístico IDECUT

CATEGORIZACIÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Parque principal
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Iglesia Inmaculada Concepción
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Casa de gobierno
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Casa de cultura (Tobías Hernández)
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Puerto Las Palmas
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Mirador en el casco urbano
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Las minas de esmeralda
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Embalse del Guavio
Patrimonio cultural-Patrimonio material inmueble	Puente Farallones
Patrimonio cultural-Patrimonio material mueble	Rueda de Peltón
Patrimonio cultural-Patrimonio inmaterial	Arepas de maíz asadas en piedra de laja
Festividades y eventos	Festival náutico
Festividades y eventos	Ferias y fiestas
Sitios naturales	Cascada el Tormento
Sitios naturales	Cascada La Gruta

CATEGORIZACIÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Sitios naturales	Alto del Guavio

Creación Propia

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de (Gobernación de Cundinamarca-IDE CUT, 2010)

Continuamente se realizó un listado de los atractivos que posee el municipio en torno a la información entregada en Expo-Cundinamarca (2017) en la carpa de la Ruta del Agua, de la cual el municipio de Gachalá estaba siendo partícipe y en donde se exhibían un total de 16 atractivos presentados en dos clasificaciones, las cuales son:

Tabla 3. Clasificación de los atractivos turísticos del municipio de Gachalá, ExpoCundinamarca

ATRATIVOS TURÍSTICOS	ATRATIVOS CULTURALES
Embalse del Guavio	Cumpleaños de Gachalá
Minas de Esmeralda	Semana Cultural
Senderos Eco-turísticos de Montecristo (Cascada el Tormento y la Gruta)	Feria Ganadera de Mitaca
Alto de la Virgen (Santuario Mariano)	Festival Nacional Náutico y Reinado Departamental del Agua
Mirador de la Ruta del Agua	Festival de la Música Campesina
Mirador del Parque	Fiesta de San Isidro Labrador y de la Virgen del Carmen
Mirador Barrio Korea	Ferias y Fiestas
Cuevas del Guavio	
Puente Farallones	

Creación propia

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de (González, 2017)

Al momento de revisar las dos fuentes de información en torno a los atractivos turísticos se identificó en los dos documentos que se presentaban un total de 8 atractivos iguales a las de la otra fuente, por ende al realizar la inspección de las listas de atractivos se llegó a la conclusión de que el municipio de Gachalá posee un total de 18 atractivos turísticos de los cuales 16 atractivos turísticos cuentan con su respectivo formato de inventario turístico.

Consiguiente a la revisión documental del inventario del municipio de Gachalá y de la información suministrada por la representante de turismo Bethy González, se seleccionaron los atractivos turísticos que fueron objeto de estudio durante el trabajo de campo, en donde se evaluaron aspectos como: Condiciones de accesibilidad, condiciones de seguridad hacia y en el atractivo, estado del atractivo y capacidad de carga del atractivo. Los atractivos que se seleccionaron para la implementación del producto turístico náutico son los siguientes:

Tabla 4. Atractivos turísticos seleccionados para el producto turístico en Gachalá

N°	ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
1	Represa del Guavio	Es un lugar lleno de naturaleza y paisajes únicos, donde se pueden realizar gran variedad de actividades al aire libre, como caminatas ecológicas y deportes náuticos. Este embalse hace que el municipio de Gachalá sea un lugar único y acogedor; a más o menos cuatro horas desde Bogotá, se puede acampar o alojarse en hoteles sencillos de la región.
2	Puerto las Palmas	Se encuentra ubicado en el casco urbano del municipio a 800 mts aprox. del Parque Principal. Se llega por un camino empedrado e iluminado en la noche. Es un puerto sencillo sobre la Represa del Guavio, posee estructura sólo para recibir naves de bajo cilindraje. En el sitio se puede tomar un transporte hasta el municipio de Ubalá. Es destino de deportistas y aficionados que practican deportes náuticos.
3	Mirador de la Ruta del Agua	Es un atractivo que se encuentra alrededor de los 90 metros del Parque Principal del municipio de Gachalá, desde allí se puede

N°	ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
		<p>contemplar el embalse, una obra de ingeniería colombiana catalogada como una de las mejores a nivel Latinoamérica. En este mirador se encuentran una pequeña construcción de gradas, en donde los visitantes y turistas pueden disfrutar del paisaje natural y del ecosistema del municipio, al igual posee un tablero de información en torno a la Ruta del Agua tanto en inglés como en español, en donde el visitante puede conocer un poco a cerca de este atractivo. El Mirador de la Ruta del Agua se encuentra conectado por medio de un camino con el Puerto Las Palmas, el cual es un lugar ideal para la realización de ejercicio al aire libre y la contemplación de la flora y fauna.</p>
4	<p>Mirador del Casco Urbano</p>	<p>Es un atractivo que se encuentra alrededor de los 250 metros del Parque Principal del municipio de Gachalá, desde allí se puede contemplar el embalse, una obra de ingeniería colombiana catalogada como una de las mejores a nivel Latinoamérica. En este mirador se encuentran una pequeña construcción de gradas, en donde los visitantes y turistas pueden disfrutar del paisaje natural y del ecosistema del municipio, al igual posee un tablero de información en torno a la Ruta del Agua tanto en inglés como en español, en donde el visitante puede conocer un poco a cerca de este atractivo. El Mirador de la Ruta del Agua se encuentra conectado por medio de un camino con el Puerto Las Palmas, el cual es un lugar ideal para la realización de ejercicio al aire libre y la contemplación de la flora y fauna. Se recomienda realizar mantenimiento a la infraestructura.</p>
5	<p>Mirador Barrio Korea</p>	<p>Es uno de los miradores que cuentan con mejor infraestructura dentro del municipio, ya que se encuentra cubierto para el resguardo de los visitantes en épocas de lluvia, así mismo el piso del mirador se encuentra remodelado con baldosa de cerámica para mejorar su calidad en la prestación de observación del ecosistema. Este</p>

N°	ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
		mirador posee la característica de generar un contacto con la naturaleza, ya que la vista del mirador abarca diferentes veredas de Gachalá y se puede visualizar los recorridos realizados por las lanchas de transporte entre una vereda y la otra.
6	Festival Nacional Náutico y Reinado Departamental del Agua	Este festival se realiza (revisar fechas) del 1 al 1 de octubre, cuenta con actividades como travesía náutica, regata de vela, moto-náutica, flyboard y presentaciones musicales. Además de esto se realizan el reinado departamental del agua, en donde se escogen una candidata, quien será la reina departamental del agua.
7	Puente Farallones	Es el primer atractivo con el cual los turistas se encuentran al llegar al municipio, está construido sobre la represa del Guavio de montaña a montaña, y tiene una longitud de 300 metros aproximadamente. Es uno de los paisajes en donde se puede apreciar las aguas verdes de la represa del Guavio

Creación propia

Nota: Tabla construida a partir de los aportes (Gobernación de Cundinamarca-IDE CUT, 2010)

A continuación se presenta el formato del inventario turístico de los atractivos seleccionados, en base por el formato manejado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (año 2009), en donde se expone la clasificación, características y demás aspectos que deben poseer los atractivos para incluirse en el producto turístico náutico:

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Embalse del Guavio						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Gachalá				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda San Pedro						
1.5. Administrador o Propietario	Central Hidroeléctrica del Guavio - Emgesa						
1.6. Dirección/Ubicación	Vía Gachalá, vereda San Pedro, Inspección Mambita, km 6.						
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	6 km.	1.9. Tipo de acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
						Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso	Se toma la vía a Gachalá y aprox. a 6 km. se comienza a observar el Embalse						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código asignado	1.1.5.						
2.2. Descripción	<p>La Represa del Guavio se puede observar desde el casco urbano del municipio. Su embalse abarca los municipios de Ubalá, Gachalá, Gachetá, Gama y Junín. Desde el Parque Principal de Gachalá se puede realizar una caminata hacia el puerto en un recorrido de 15 minutos aprox. Se encuentra administrada por Emgesa - Central Hidroeléctrica del Guavio y es la segunda central en funcionamiento más grande de Colombia con una capacidad instalada de 1213 MW[1] distribuidos en 5 unidades. Para su construcción se inundaron terrenos de cuatro municipios en una superficie total de 1.144. Es destino de deportistas náuticos, caminantes, amantes del paisajismo, entre otros.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				17			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				28			
Subtotal				66			
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				12			
TOTAL				78			
Diligenciado por: Álvaro Mojica - Consultoría Fecha: Febrero 18 de 2010							



Ilustración 3: Inventario turístico Embalse del Guavio – Municipio de Gachalá.

(Gobernación de Cundinamarca-IDECUT, 2010)

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Puerto Las Palmas		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Gachalá
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano		
1.5. Administrador o Propietario	Navierra del Guavío - Emgesa		
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano, 800 mts del Parque Principal		
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	0	1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
			Férreo
			Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso	Casco urbano, 800 mts del Parque Principal		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.1.4.10.		
2.2. Descripción	<p>El Puerto Las Palmas se encuentra ubicado en el casco urbano del municipio a 800 mts aprox. del Parque Principal. Se llega por un camino empedrado e iluminado en la noche. Es un puerto sencillo sobre la Represa del Guavío, posee estructura sólo para recibir naves de bajo cilindraje. En el sitio se puede tomar un transporte hasta el municipio de Ubalá. Es destino de deportistas y aficionados que practican deportes náuticos. El horario de lanchas es de lunes a domingo de 6:00 a.m. a 5:00 pm.</p>		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de Conservación (21)		19	
Constitución del Bien (21)		17	
Representatividad General (28)		28	
Subtotal		64	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6	
TOTAL		70	
Diligenciado por: Álvaro Mojica - Consultoría			
Fecha: Febrero 18 de 2010			



Ilustración 6: Inventario turístico Puerto Las Palmas – Municipio de Gachalá

(Gobernación de Cundinamarca-IDE CUT, 2010)

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE							
1. Generalidades							
1.1. Nombre	Mirador Barrio Korea						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Gachalá				
1.4. Corregimiento, vereda o localidad	Casco urbano, centro						
1.5. Administrador o propietario	Vía pública						
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano, 188 mts del Parque Principal						
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	0	1.9. Tipo de acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso	Casco urbano, 188 mts del Parque Principal						
2. Características							
2.1. Código asignado	1.2.1.						
2.2. Descripción	Es uno de los miradores que cuentan con mejor infraestructura dentro del municipio, ya que se encuentra cubierto para el resguardo de los visitantes en épocas de lluvia, así mismo el piso del mirador se encuentra remodelado con baldosa de cerámica para mejorar su calidad en la prestación de observación del ecosistema. Este mirador posee la característica de generar un contacto con la naturaleza, ya que la vista del mirador abarca diferentes veredas de Gachalá y se puede visualizar los recorridos realizados por las lanchas de transporte entre una vereda y la otra.						
3. Puntajes de valoración							
Calidad				Puntaje			
Estado de conservación (21)				20			
Constitución del bien (21)				20			
Representatividad general (28)				25			
Subtotal				65			
Significado							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6			
Total				71			
Diligenciado por				Paula Hernández Hernández		Fecha: 09/10/2017	



Ilustración 7: Inventario turístico Mirador Barrio Korea – Municipio de Gachalá

Creación propia – Paula Daniela Hernández Hernández


FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL INMUEBLE			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Mirador en el Casco urbano		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Gachalá
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano, centro		
1.5. Administrador o Propietario	Vía Pública		
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano, centro, 50 mts del Parque Principal		
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	0	1.9. Tipo de acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático <input type="checkbox"/>
		Férreo <input type="checkbox"/>	Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso	Casco urbano, centro, 50 mts del Parque Principal		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.2.1.		
2.2. Descripción	<p>El municipio goza de una ubicación privilegiada sobre la Represa del Guavío, a escasos 50 mts del Parque Principal se encuentra un espectacular mirador desde el cual se puede observar gran parte de la región y de esta obra majestuosa de ingeniería colombiana. Es destino de turistas, amigos y familiares que buscan relajación, armonía y descanso. Se recomienda instalar bancas y mejorar las zonas verdes aledañas. Se requieren obras de mantenimiento en barandas y pisos.</p>		
			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de Conservación (21)		16	
Constitución del Bien (21)		16	
Representatividad General (28)		26	
Subtotal		58	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6	
TOTAL		64	
Diligenciado por: Álvaro Mojica - Consultoría			
Fecha: Febrero 18 de 2010			

Ilustración 9: Inventario turístico Mirador Casco Urbano – Municipio de Gachalá
(Gobernación de Cundinamarca-IDECUT, 2010)

Evaluación actual de atractivos turísticos en relación a la actividad náutica en el municipio de Gachalá

En la visita de campo realizada en el municipio de Gachalá con base a los 18 atractivos con los que cuenta el municipio, se seleccionaron un total de 7 atractivos de bienes de patrimonio material inmueble, en donde se realizaron las visitas de inspección respectivas a cada uno de ellos, con el fin de identificar los aspectos de accesibilidad, condiciones de seguridad en el atractivo, aspectos de infraestructura y el significado que representan en el producto turístico náutico. Los inventarios de los atractivos expuestos anteriormente son aquellos que se van a contemplar dentro del producto turístico que se está diseñando a partir de la investigación realizada; la información recolectada por medio de fuentes gubernamentales como lo son la Gobernación de Cundinamarca, el IDECUT y la docente de turismo Carolina Hernández Vargas; sin embargo durante la visita realizada a cada atractivo se realizó una reevaluación al puntaje presentado frente a la documentación, en torno a cambios presentados en la infraestructura, accesos y demás factores que califican a un atractivo turístico y los demás criterios de calidad presentados en la metodología que impone el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la elaboración de los inventarios turísticos:

Variable	Criterio de evaluación de calidad
Patrimonio Material	Estado de conservación (A) Constitución del bien (B) Representatividad (C)

Tabla 5. Clasificación del Patrimonio Cultural del Municipio de Gachalá según los criterios de calidad

Nombre	A	B	C	Valoración calidad
1. Embalse del Guavio	21	21	28	70
2. Puerto Las Palmas	20	19	28	67
3. Mirador de la Ruta del Agua	12	15	22	49
4. Mirador del Casco Urbano	12	13	25	50
5. Mirador Barrio Korea	20	20	25	65
6. Puente Farallones	21	19	28	68

Nota: Creación Propia

Variable	Criterio de evaluación de calidad
Festividades y Eventos	Organización del evento (A) Beneficios socioculturales (B) Beneficios económicos-locales C

Tabla 6. Clasificación Festividades y Eventos del Municipio de Gachalá según los criterios de calidad

Nombre	A	B	C	Valoración calidad
1. Festival Náutico	28	20	20	68

Nota: Creación propia

Como resultado de la visita de campo realizada en el municipio de Gachalá los siete anteriores atractivos turísticos evaluados previamente y puestos a consideración del equipo de trabajo, se llegó a la conclusión de que los mismos son necesarios para su inclusión dentro del producto del diseño turístico náutico, ya que poseen un significado para la observación, contemplación y realización de la actividad náutica dentro de la región.

Dentro de los resultados durante la revisión de atractivos que se adecuan al producto turístico náutico se concluyó que:

- De los siete atractivos seleccionados del inventario presentado anteriormente el 71,4% fueron catalogados como atractivos de significado local, mientras el 28,6% fueron referenciados como atractivos turísticos de carácter regional.
- Los bienes del patrimonio material con los que cuenta el municipio hacen que el producto turístico náutico se convierta en una de las fortalezas para el municipio, con una buena representatividad expresada en las diferentes actividades náuticas a realizar en el embalse.
- El estado de conservación de los atractivos es heterogéneo, ya que algunos de ellos se encuentran en un estado de conservación adecuado, mientras que otros presentan falta de mantenimiento.
- A pesar de que el inventario turístico del municipio de Gachalá presenta al Festival Náutico y Reinado Departamental del Agua con significado a nivel local, en el proceso de investigación se llegó a la conclusión que dicha muestra autóctona de la cultura de la Provincia del Guavio

debe ser calificado de carácter Departamental dentro del inventario y el diseño del producto turístico náutico.

- En la etapa de pre-inicio del proceso de investigación para la recolección de datos e información para el diseño del producto turístico el equipo de trabajo presentaba una perspectiva diferente del municipio en torno al sector turístico; durante el trabajo de campo realizado se demostró que los representantes gubernamentales de Gachalá se encuentran en constante preparación e investigación de alternativas turísticas que puedan generar un valor agregado y que permita el posicionamiento del municipio de Gachalá como un destino turístico en las diferentes tipologías que se presentan a nivel nacional y que pueden ser implementadas en la región por las características, recursos, potencialidad y atractivos que se encuentran dentro del mismo.
- De los atractivos seleccionados para el diseño del producto turístico náutico se identificó que el 71,42% de los atractivos cuentan con un índice de calidad alto, lo que permite su utilización en la creación del producto turístico y la generación de una oferta turística favorable para el municipio de Gachalá. Igualmente el 28,51% de los atractivos que presentan un índice de calidad aceptable presentan falencias en la parte de mantenimiento las cuales son más factibles para generar una restauración en la infraestructura del atractivo.

Las perspectivas a ser analizadas y evaluadas en el capítulo I relacionado al sector económico, socio-cultural y ambiental presentan una relación en torno a los ejes sostenibles manejados a lo largo del proyecto y los cuales son la base del turismo sostenible en cualquier destino turístico; es importante destacar que la evaluación de la actualidad de estos tres ejes fundamentales de la sustentabilidad serán las bases para el diseño del producto turístico el cual se encontrará desglosado y definido en el capítulo III del trabajo investigativo.

Perspectiva económica

La dimensión económica del municipio de Gachalá está sustentada principalmente en la agricultura, los gachalunos en su mayoría trabajan en el sector agropecuario. La economía del municipio está centrada en el sector ganadero, los gachalunos manejan la ganadería de forma

tradicional, bajo un sistema de producción básico y son pocos aquellos habitantes que tienen un sistema actualizado para implementarlo en la producción ganadera.

Dentro del sector agropecuario otra actividad que tiene impacto en el municipio es la agricultura, en donde los productos que más se cultivan son el maíz, la caña panelera, el café, la yuca, el frijol y el plátano. La actividad agrícola se presenta en su mayoría ubicada en las veredas de Diamante, Montecristo y Vega de San Juan; estas veredas están localizadas cerca al embalse del Guavio lo que facilita el transporte de la producción agrícola y pecuaria hacia al casco urbano del municipio, especialmente los fines de semana siendo estos días las fechas de mercado para el municipio.

El 90% de la producción agropecuaria del territorio se encuentra destinada para el autoconsumo de los gachalunos, mientras que los productos como la panela, la miel y la caña panelera son comercializados de forma esporádica hacia los municipios continuos; así mismo en el municipio de Gachalá se presentan aproximadamente 350 cultivos de caña de azúcar; desde el plan de desarrollo anterior se dotaron con trapiches de hierro a un total de 45 familias para la molienda de este producto. (Beltrán G. M., 2016)

Acorde a la secretaría de desarrollo económico de Gachalá se registra que los cultivos de café en la zona en los últimos años han sido retomados, presentado un total de 76 productores, de los cuales 33 se encuentran asociados y 43 trabajan de forma independiente generando así un total de 45 hectáreas utilizadas para la actividad cafetera.

Cultivo		Área sembrada (has)	Área cosechada (has)	Producción (ton)	Rendimiento (ton/ha)
Transitorio	Arveja	2	2	3,8	1,9
	Frijol	68	68	88	1,3
	Maíz	6	66	11	1,7
	Papa	5	5	4	0,8
	Papa criolla	1	1	0,5	35
Permanente	Café	45	1,2	0,2	0,8
	Caña	81	79	355,4	4,5
Anuales	Yuca	1	1	2	4

Ilustración 10: Asociaciones Existentes en el Municipio

Nota: (Secretaría de desarrollo económico del municipio, 2016)

Es evidente que la agricultura y ganadería son los pilares de la producción económica del municipio, en donde el 80% de los habitantes y sus familias sustentan sus ingresos, destacándose los cultivos de caña de azúcar, el café, el frijol y la cría de ganado; evidenciado en las asociaciones conformadas en el municipio tales como Asocafé, Ganaga, Asoproga y Asofrijol.

Por otro lado es importante conocer que la mano de obra la está ejerciendo la población mayor del municipio, mientras que los jóvenes no poseen esa misma vocación, lo que hace que deban implementar estrategias para generar alternativas de trabajo en la región, buscando erradicar la migración de la población gachaluna.

El municipio de Gachalá busca incentivar el desarrollo micro-empresarial y empresarial, para de esta manera generar empleos en el territorio, en donde participen tantos actores públicos y privados para generar otro factor de índole económico dentro del municipio.

Según la revisión previa de la información en la investigación se encontró que la agricultura es la principal actividad económica del municipio, desarrollando lazos de comercialización alrededor de la región, este es una actividad de subsistencia para los habitantes de Gachalá, especialmente las personas provenientes de las veredas aledañas. Al igual la ganadería cuenta con un especial desarrollo en algunas veredas, siendo esta una técnica de producción tradicional, derivado de ella se genera la producción de lácteos, quesos, cuajadas, entre otros complementando la obtención de ingresos con la venta de estos productos durante los días de mercado.

Sin embargo en el Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca se presentan proyecciones para la región del Guavio con los siguientes aspectos:

- Fortalecimiento agrícola y ecoturístico en cada uno de los municipios que lo componen entre ellos se encuentra el municipio de Gachalá.
- Recuperación de la malla vial.
- Formación del capital humano en desarrollo ambiental.

- Liderazgo para el desarrollo sostenible.
- Mecanismo de desarrollo y conservación ambiental.

(Velásquez, 2012)

Así mismo en el transcurso de los años la provincia del Guavio, y en especial el municipio de Gachalá ha presentado cambios y renovación en su estructura e infraestructura, logrando que el territorio del Guavio empiece a posicionarse como corredores agroturístico y ecoturísticos, y a su vez, ayudando al desarrollo de los municipios de la región y al incremento de los ingresos económicos de los mismos. Al igual el Plan de Desarrollo destaca que el casco urbano del municipio de Gachalá no tiene una clara intención de configurar espacio público sobre la represa, lo cual evidencia la carencia de proyectos para el turismo que potencialicen el municipio como un destino de gran afluencia de turistas.

Para concluir en el proceso de recolección de información se evidencio que el turismo no hace parte del pilar económico del municipio y no es catalogado como una fuente de ingresos para el territorio, ya que los proyectos que se han planteado no son constantes o son olvidados después de un periodo de tiempo, sin embargo este factor no expone que el municipio presente una nula afluencia turística, al contrario la evaluación inicial del municipio indico que existen temporadas y fechas que pueden ser potencializadas turísticamente. La alcaldía municipal se encuentra en la elaboración e investigación de un formato válido para conocer el número de visitantes que asisten al Festival Náutico (FestiGuavio) con el objetivo de poder generar un índice verídico del porcentaje de turistas para empezar la creación de una base de datos, la cual facilite a los entes turísticos de la región contar con un segmento adecuado para la generación de proyectos, tales como el diseño del producto turístico náutico que se plasma en el presente trabajo investigativo.

Perspectiva socio-cultural

En lo que respecta al ámbito socio- cultural del municipio de Gachalá la propuesta que se tiene en el Plan de Desarrollo 2016- 2019 es buscar junto con los ciudadanos del municipio el rescate de su historia, sus valores y tradiciones, impulsar el talento y las capacidades artísticas de la población de todas las edades, pues aunque el municipio cuenta con edificaciones diseñadas para

el desarrollo de la cultura no tienen un uso continuo y adecuado, además han sido utilizados para otros servicios que lo que hacen es desplazar los intentos de consolidación del patrimonio cultural y el rescate de la memoria histórica municipal.

Se debe tener en cuenta que el municipio cuenta con bienes inmuebles que si se utilizaran de la manera adecuada pueden ser escenarios para el fomento, la promoción y el desarrollo de la cultura local. Un claro ejemplo es la Biblioteca Municipal que está bien dotada con recursos que podrían ser mejor aprovechados por los pobladores, de igual manera el teatro municipal fue renovado por lo que este podría ser un espacio propicio para una escuela de artes escénicas.

De igual manera se identificaron una serie de problemas en lo que respecta al desarrollo socio- cultural del sector, los cuales no permiten de cierta manera el progreso adecuado de este ámbito en el municipio, entre los más importantes se encuentra un bajo estado de organización de la memoria histórica y cultural del municipio por lo que la Casa de la Cultura se ha adecuado para otros servicios, esto ocasiona que la identidad cultural e histórica del municipio se reestructure en un plan de acción que incentive a los pobladores y que así mismo promueva la cultura como sinónimo de paz.

Otra problemática podría ser que aunque se evidencian iniciativas por parte de las instituciones educativas para eventos culturales no cuentan con el apoyo por parte de la alcaldía para unificar esas iniciativas, pues se sabe que la cultura requiere de espacios y tiempos para su respectiva manifestación por lo que la población necesita eventos de formación cultural que junto con las iniciativas del sector educativo del municipio se conviertan en vehículos para el correcto funcionamiento del fomento cultural en el municipio.

Se sabe que para toda iniciativa se requiere de una financiación y en este aspecto el municipio no cuenta con un plan de acción que defina la línea de trabajo y los respectivos mecanismos de financiación y cofinanciación, por lo cual se debe estructurar una política en materia cultural que permita determinar las acciones de financiación y de esta manera cerrar las brechas que existan en los pobladores y así generar un correcto acercamiento a la cultura por parte de los mismos.

Uno de los aspectos importantes que permiten el correcto desarrollo de un municipio son las costumbres que este tenga, y esto es lo que ocurre con el municipio pues su gastronomía, fiestas culturales, fiestas religiosas y juegos autóctonos del municipio han entrado en decadencia y han

perdido espacio en la vida de los pobladores por lo que se teme que empiecen a desaparecer, por lo tanto hay que rescatarlos junto con el apoyo gubernamental.

De igual manera la cultura local no se encuentra articulada con planes y programas de orden departamental y nacional, pues no cuenta con el apoyo de estos entes territoriales y faltan iniciativas que promuevan la vinculación del municipio en programas de apoyo a la cultura por parte del estado.

Se evidencia que el sector socio- cultural cuenta con ciertos escenarios y condiciones de buena aptitud humana para desarrollarse como una potencialidad, pero requiere de planeación, organización, estructuración y adecuación de espacios, así mismo de la definición de una política cultural municipal que permita el rescate, fomento, desarrollo y promoción de todos los valores artísticos y tradicionales con los que cuenta el municipio.

Todas las problemáticas nombradas anteriormente son la muestra evidente del escenario que se quiere mejorar en Gachalá en lo que respecta al sector socio- cultural, pues se debe tener en cuenta que este sector esta enlazado de manera indirecta en lo relacionado con turismo, por lo que si se mejoran todas las problemáticas anteriores se puede tener una mejor vista hacia el futuro en lo que respecta al correcto funcionamiento de este sector que genere ayudas no solo económica, sino emocional y social a los pobladores del municipio de Gachalá, pues todas las mejoras realizadas por el alcalde serán un aporte positivo para todos.

En lo que respecta al Plan de Desarrollo 2016- 2019 se evidencia que tiene como objetivo estratégico en lo que respecta al sector cultura “Encaminar al municipio por las sendas de la cultura donde sus baluartes sean el rescate de sus valores y tradiciones culturales y potenciar mediante la formación, talento de los pobladores, de forma que mediante la definición de una política cultural del municipio, se pueda posesionar como un ejemplo de cultura en la región y el departamento”. (Beltrán G. M., 2016- 2019)

Así mismo después de haber evidenciado todas las problemáticas existentes en el municipio de Gachalá, el Plan de Desarrollo 2016- 2019 muestra de manera objetiva las metas que quiere lograr el alcalde Germán Martínez Beltrán en lo que respecta al sector socio- cultural en el municipio teniendo como énfasis que la cultura es una expresión importante del progreso de un pueblo, de igual manera haciendo caso al objetivo mencionado anteriormente en el Plan de

Desarrollo, teniendo como política estratégica construir juntos bienestar social y como dimensión de desarrollo integral la dimensión social.

Al igual en el municipio de Gachalá se generan diversos espacios recreativos como escuelas de formación deportiva, de fútbol, baloncesto, voleibol, natación y kayak, además de contar con una ludoteca equipada para la atención de niños y adolescentes con cobertura urbana y rural, así mismo el municipio posee otras instalaciones como el coliseo cubierto con cancha sintética de fustal y baloncesto, un gimnasio, una cancha cubierta con piso en concreto y canchas en las instituciones rurales del municipio. Para la formación de los niños, adolescentes y/o jóvenes adultos cuentan con instructores y los equipos necesarios para la realización de dichas actividades.

A nivel cultural y durante el proceso de recolección de datos e información se reconoció que el municipio de Gachalá cuenta con bienes inmuebles adecuados para el fomento, promoción y desarrollo de la cultura local del municipio; es por esto que el Plan de Desarrollo del municipio de Gachalá presenta una serie de objetivos y metas a cumplir durante los años 2016-2019, con el objetivo de inculcar en la población gachaluna y los visitantes de la región el cuidado y conservación de las costumbres y tradiciones de la región.

METAS DE RESULTADO	LB	METAS DE PRODUCTO
Escuelas de formación cultural debidamente organizadas, dotadas y con instructores idóneos.	1	Apoyo a 4 escuelas de formación cultural con instructores y dotación apropiada.
Apoyo a gestores culturales	0	2 gestores culturales apoyados en iniciativas
Creación e implementación del complejo cultural municipal		Creación y/o adecuación de un complejo cultural municipal
Creación de Semana cultural municipal	0	Implementación de semana cultural anual del municipio.
Estructuración de la política cultural del municipio.	0	Implementación de una política municipal de cultura
Eventos culturales de promoción de costumbres y tradiciones	0	Realización de dos eventos culturales durante el año calendario.
Articulación de las iniciativas municipales a los programas departamentales	0	70% de programas de establecidos, articulados con el Departamento y/o nación.

Ilustración 11: Metas del Sector Cultura.

(Plan de Desarrollo 2016- 2019 "Juntos Construimos Progreso", 2016)

En conclusión y con la recolección de información obtenida en el trabajo de campo, se identificó es que el municipio de Gachalá cuenta con un gran potencial de escenarios naturales para la realización de actividades náuticas y de aventura lo que hace que el territorio sea más atractivo para aquellas personas que les gusta practicar deportes extremos y a su vez que sean aficionados de la observación de los ecosistemas del municipio; sin embargo el municipio no cuenta con una planificación turística ni mucho menos con una promoción de las diversas actividades que se pueden realizar dentro del embalse del Guavio de forma tal que ayude a impulsar las prácticas en esta disciplina dentro del territorio.

Dentro del Plan de Desarrollo Municipal dirigido por el alcalde Germán Martínez Beltrán se expone que se necesita realizar una identificación, adecuación y una formación deportiva para el aprovechamiento y constitución de los atractivos para los deportistas locales y los visitantes en la zona, y aun así el municipio ha ido adelantado algunos escenarios para la realización de deportes, constituyendo esto como una fortaleza para la práctica deportiva y el aprovechamiento del tiempo libre, sin embargo en la actualidad se presentan algunas zonas para la realización de deportes náuticos y demás requiere de mantenimiento y adecuaciones necesarias para una óptima utilización de los recursos (Plan de Desarrollo 2016- 2019 "Juntos Construimos Progreso", 2016).

Finalizando con el diagnóstico de la perspectiva socio-cultural del municipio de Gachalá se logra concluir que en torno a la dimensión abarcada se presenta:

- Diversidad en escenarios naturales para la práctica de deportes náuticos y actividades extremas dentro y en los alrededores del embalse.
- Generación de eventos deportivos náuticos anuales.
- Participación de la escuela de natación y kayak en justas deportivas regionales y departamentales.
- El municipio cuenta con dotación deportiva, la cual requiere de actualización y mantenimiento para lograr presentar actividades de calidad y con las normas de seguridad impuestas por la normatividad colombiana.

Perspectiva ambiental

Uno de los recursos más importantes que posee el municipio de Gachalá son los ecosistemas presentes dentro del territorio; el municipio ubicado en la provincia del Guavio es una de las provincias con mayor porcentaje de recursos naturales, lo cual ha generado que el Guavio sea consolidado como eje ambiental y estructural en el departamento de Cundinamarca, el potencial natural ubicado en el Guavio son zonas que deben ser utilizadas de forma sostenible y fomentar la preservación del mismo.

El Plan de Desarrollo Municipal de Gachalá 2016-2019 expone que la provincia del Guavio es destacado como la mayor extensión territorial de Cundinamarca y el potencial de renovación y producción de recursos naturales e hídricos; dentro de los recursos que posee el territorio se destacan parte de la extensión territorial del Parque Nacional Natural Chingaza, el Embalse San Rafael, la Represa del Guavio, el Embalse de Tominé y el Cordón ambiental de Pan de Azúcar y el pantano de Marcos, el cual vincula a otras provincias y departamentos. (Beltrán G. M., 2016)

Municipio	Área total de paramo	Área de paramo fuera del PNN Chingaza	Área de Paramo dentro del PNN Chingaza
Gachalá	3038	337	2701

Ilustración 12: Área Total del Páramo Pertenciente al Municipio de Gachalá

Fuente. (Plan de Gestión Ambiental Regional PGAR-CORPOGUAVIO 2013-2023, 2016)

Tipo de humedal	Fuera del PNN Chingaza	Fuera del PNN Chingaza
Bosque pantanoso	13	0
Laguna	6	65
Turbera herbácea	1	0

Ilustración 13: Área Total de Humedales Municipio de Gachalá

Fuente. (Plan de Gestión Ambiental Regional PGAR-CORPOGUAVIO 2013-2023, 2016)

A nivel ambiental el municipio de Gachalá es reconocido por las reservas naturales que posee, tales como: Parque Regional Natural Toquiza y Gazanore conformado por un total de 13.419 hectáreas, de las cuales el 44,6% de hectáreas pertenecen al municipio de Gachalá, seguido de los municipios de Medina y Ubalá; otro de los atractivos naturales presentados en el municipio es la Reserva Regional Río Sucio de Gachalá, con una extensión total de 1.300 hectáreas, esta reserva se encuentra a cargo de CorpoGuavio, empresa encargada de la preservación y prevención de la deforestación de las hectáreas; el ecosistema presentado en La Reserva Forestal Protectora (FRP) El Escobal conformada por 271 hectáreas de flora y fauna, en donde nace la quebrada El Escobal, la cual es uno de los recursos más importantes para el municipio ya que de este recurso se surte el agua del acueducto municipal.

Gachalá posee un potencial de desarrollo turístico enfocado a la utilización de sus recursos naturales, hídricos y reservas forestales; el municipio posee sectores ambientales de vital importancia dentro de los cuales se encuentran ecosistemas como bosques, páramos y humedales; como le explica el Alcalde del municipio Germán Martínez Beltrán estos entornos favorecen a la regulación hídrica y la captura de carbono, a la constitución de la flora y fauna y que hacen parte de la organización ecológica de la cual parte el desarrollo económico y social de Gachalá.

Así mismo se puede identificar que el municipio posee una gran variedad de riqueza hídrica que se encuentra sustentada en los ríos, quebradas, humedales, yacimientos de agua y su principal atractivo que es el embalse del Guavio, por esta razón cuenta con suelos y subsuelos que ayudan al desarrollo de las actividades agrícolas que es el pilar económico del municipio, generando que los suelos utilizados para la producción agrícola se encuentre libre de productos químicos que puedan generar un deterioro o daño a los ecosistemas. La Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio) ha declarado algunas zonas de reserva del municipio, las cuales constituyen diversos escenarios para el cumplimiento de objetivos específicos de sostenibilidad y conservación, desarrollando procesos de reforestación en algunas zonas por diferentes situaciones de riesgo.

El municipio de Gachalá cuenta con paisajes y atractivos naturales que son propicios para la práctica del turismo de naturaleza o ecoturismo, este municipio se encuentra libre de

contaminación tanto visual como auditiva, ya que su pilar ambiental se basa en la conservación de todos los ecosistemas y en la importancia ambiental que tienen sobre bosques, paramos y humedales que contribuyen a diversos aspectos como el cuidado de la riqueza natural de la región, la capacitación de los gachalunos en torno a la sostenibilidad, generando el favorecimiento de la generación de prácticas turísticas enfocadas a la conservación (Plan de Desarrollo 2016- 2019 "Juntos Construimos Progreso", 2016).

Para concluir a pesar de que el municipio no cuenta con una planta de tratamiento de agua residuales las zonas naturales con las que cuenta son totalmente vírgenes, ya que la Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio) se ha encargado de implementar políticas ambientales siendo la autoridad ambiental de toda la región del Guavio, y en especial del municipio de Gachalá regidos bajo la ley 99 de 1993, en donde se presenta la función y misión de la empresa en torno a la conservación y protección de los recursos y el patrimonio ambiental que posee la región, buscando que las actividades económicas realizadas en el municipio de Gachalá no generen un impacto negativo al medio ambiente, manejando todo el tema enfocado al tratamiento de residuos, aguas, capacidad de carga, contaminación ambiental, basados en las normas nacionales ambientales vigentes y toda la parte de planes de contingencia y planes de riesgo en torno a la utilización del embalse y de los ecosistemas.

Prestadores de servicio

Los prestadores de servicios turísticos¹⁶ son definidos en el artículo 76 de la Ley 300 de 1996¹⁷ como toda organización constituida legalmente en el territorio nacional y definidos en la misma ley; se entiende por prestador de servicio turístico a toda persona natural o jurídica que ejerza la tarea de proporcionar, intermediar o realizar la contratación directa o indirecta con el turista en la prestación de bienes y servicios turísticos dentro de un área denominada como turística dentro del territorio colombiano, referido dentro de la Ley 300 de 1996, y sus

¹⁶ PST

¹⁷ Ley General de Turismo

modificaciones encontradas en la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012 (Programa de Transformación Productiva (PTP), 2014).

Dentro de la creación de un producto turístico uno de los factores que posee más importancia es la oferta con la que se cuenta y que servicios se les brindarán a los turistas; es ahí donde los prestadores de servicios juegan un papel importante, ya que son las entidades encargadas de hacer parte de la oferta existente en el mercado. Dentro de la conformación del sector turístico, la actividad turística participa en tres sectores diferentes, el primero de ellos es el sector oficial integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades vinculadas, consecutivamente se encuentra el sector mixto, el cual está integrado por los Consejos de Turismo y posteriormente el sector privado, conformado por todos los prestadores de servicios turístico presentes en el territorio nacional. A continuación se definen algunos prestadores de servicio turísticos que se pueden encontrar dentro del territorio colombiano y que así mismo se pueden localizar y evaluar en el municipio de Gachalá:

Tabla 7. Prestadores de Servicios Turísticos

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	DEFINICIÓN
Alojamiento y servicios de hospedaje	Se entiende por Establecimiento Hotelero o de Hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.
Transporte	El transporte turístico es aquel conjunto de medios que se usan para trasladar personas o cosas de 1 lugar a otro. Hace posible la distribución de personas y cosas. Se sitúa en lugar intermedio entre producción y consumo; el transporte turístico puede categorizarse en transporte terrestre/ferroviario, aéreo y marítimo.

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	DEFINICIÓN
Restaurante o establecimientos de gastronomía, bares y similares	Se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas, cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios.
Agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y operadoras de turismo	Las agencias de viajes son aquellas que se dedican profesionalmente a vender, operar o a programar y organizar planes turísticos.
Guías de turismo	Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del, servicio contratado.
Oficinas de Representaciones Turísticas	Son Oficinas de Representaciones Turísticas las constituidas por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que actúan por virtud del contrato de agencia comercial u otra forma de mandato de acuerdo a lo previsto en el título XIII del Libro IV del Código de Comercio, como intermediarios para la venta, promoción o utilización de servicios turísticos ofrecidos por otras personas, en el territorio nacional o en el extranjero”

Creación propia

Nota: Tabla construida a partir de los aportes (MinCIT, 2010)

Por esta razón según lo planteado por el MinCIT y con el objetivo de manejar una base de datos en torno al sector turístico todos los prestadores de servicios turísticos deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo¹⁸, el cual será de orden obligatorio para la prestación y realización de la actividad turística, dicho registro deberá ser actualizado anualmente por los PST con el objetivo de poder continuar con su labor dentro del mercado.

El cumplimiento de dicho registro se encuentra localizado en la Ley 1101 de 2006, en el artículo 12, proporcionando además las entidades que deben obligatoriamente realizar su inscripción y actualización; el siguiente listado expone los prestadores turísticos designados por la ley a la matriculación del RNT (MinCIT, 2006):

- Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
- Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
- Las oficinas de representaciones turísticas.
- Los guías de turismo.
- Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
- Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
- Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
- Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos pre-pagadas.
- Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
- Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

¹⁸ RNT

- Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

En el diseño del producto turístico es importante diagnosticar los prestadores de servicios turísticos, ya que son quienes generan la satisfacción de los turistas que visitan el destino; por lo cual es necesario documentarse acerca de que es un prestador de servicios turísticos, los requisitos para ser denominado un PST y sus funciones en torno al desarrollo de la actividad turística de cualquier región.

Por tal motivo la metodología a aplicar para poder establecer el estudio de los distintos Prestadores de Servicios Turísticos en el municipio de Gachalá se basará por medio de una investigación mixta, pues por medio de la investigación documental se hará la recopilación de información acerca de los prestadores de servicios turísticos y por medio de la investigación de campo se realizara la extracción de datos e información directamente en el municipio de Gachalá con el fin de obtener la información precisa sobre todos los Prestadores de Servicios Turísticos que se encuentran en el municipio. Cabe resaltar que la tabla utilizada para la recopilación de información de los PST en el municipio de Gachalá fue de creación propia, utilizando como base la investigación obtenida en el marco teórico.

En el municipio de Gachalá no se encuentra gran variedad de Prestadores de Servicios Turísticos, pero aun así a lo largo de la investigación se encontraron establecimientos formales e informales, los cuales prestan servicios en torno al sector turístico y hotelero; en el municipio se encontraron un total de 15 prestadores de servicios turísticos, clasificados en el siguiente formato utilizado para la recolección de información de la oferta turística que se presenta en la región:

Tabla 8. Prestadores de Servicios Turísticos en el Municipio de Gachalá

Categoría	Nombre	Registro Nacional de Turismo			Dirección	Servicios
		Si	No	Actualizado		
Alojamiento	Hotel Divisa	X		Si	Cra 4 #7-15	Alojamiento, tv, wifi, ducha caliente, restaurante con chef especializado en comida colombiana, baño privado, parqueadero.
	Hotel Paraíso	X		No	Cra. 7 #1A-60	Alojamiento, TV, wifi, parqueadero, zonas verdes, baños con agua caliente.
	Hotel Cabañas El Jazmín				Calle 4 #4-16	Restaurante, piscina, televisión, agua caliente, tour en lancha por el embalse, discoteca, transporte, asistencia de llegada
	Hotel Gachalá	X		Si	Calle 6 #4-26	Alojamiento, wifi, Tv, agua caliente, baño privado en algunas habitaciones, tienda.
	Hotel El Diamante		X		Calle 6 #5-18	Alojamiento, restaurante, bar, algunas habitaciones cuentan con baño privado, wifi. Tv.
	Hotel Oriental	X		No	Calle 6 #4-51	Alojamiento, baño privado en 4 habitaciones, tv, wifi, tienda de aseo.
	Hotel Real Gachalá	X		No	Cra 6 #2-54	Alojamiento, baño privado, ducha caliente, wifi, parqueadero cubierto, salón de eventos, bar.
	Hacienda Murca		X		Vereda Murca	Alimentación, visita atractivos turísticos, transporte, seguro

Categoría	Nombre	Registro Nacional de Turismo			Dirección	Servicios
		Si	No	Actualizado		
Alimentos y Bebidas	Arepa Gachaluna: El Buen Gusto		X		Calle 7 #4-32	Elaboran típicas arepas gachalunas hechas en piedra de laja, son hechas de maíz pelado, queso y cuajada.
	Restaurante Donde Guacharaco		X		Cra 4 #7-41	Restaurante temático típico del municipio, en donde los habitantes lo utilizan para celebrar días especiales, como cumpleaños, amor y amistad, entre otros. Además ofrece el servicio de montar a caballo.
	Restaurante El Campeón		X		Cra 5 #4-42	Es un restaurante que ofrece almuerzos corrientes, pollo asado y broaster y platos a la carta al gusto.
	Restaurante Gacha		X		Cra 4 #6-05	Ofrece platos típicos del municipio, el plato más representativo que ofrecen es la gallina criolla campesina.
	Restaurante La Rivera Peruana	X		Si	Cra 3 #7-25	Ofrecen platos especializados en comida peruana, elaborados por chefs peruanos, entre estos están ceviche peruano, causa limeña, entre otros.
	Restaurante El Antojo		X		Calle 6 #3-15	Este restaurante ofrece comidas rápidas, platos a la carta, pollo broaster entre otras comidas que degustaran el paladar de un turista.
	Kiosko Parque Principal	X		Si	Cra 4 #7-79	Establecimiento con servicio de 24 horas, presenta servicio de comidas rápidas, platos a la carta y demás.

Categoría	Nombre	Registro Nacional de Turismo			Dirección	Servicios
		Si	No	Actualizado		
Transporte	Valle de Tenza		X		Calle 7 #6-25	Presta el servicio de transporte desde la ciudad de Bogotá hasta el municipio de Gachalá y los municipios a su alrededor.
	Alianza		X		Cra 4 #5-22	Presta el servicio de transporte desde la ciudad e Bogotá hasta el municipio de Gachalá y los municipios a su alrededor.
Agencias de Viaje	Corporación Ecoturística de Gachalá	X		Si	Carrera 7 #2-43	Especializados en turismo de naturaleza, caminatas ecológicas, agroturismo. Manejan rutas como la ruta de la panela, la ruta del café, la ruta del té, la ruta del frijol y la ruta ganadera. Manejan también turismo religioso, más o menos cuatro santuarios religiosos en el municipio de Gachalá y en el resto de los municipios que son los 10 de la ruta del agua.
Guía de Turismo	Alejandro Carillo González		X	En proceso	corturisgachala@gmail.com	Guianza y recreación, especializados en recorridos ecoturísticos, ruta cafetera, esmeraldifera y ruta de la panela.
	Bethy González		X	En proceso		
	Italiano Acosta		X	En proceso		
	Sandra Gallego		X	En proceso		
	Maryori Palacios		X	En proceso		
	Johana Méndez		X	En proceso		
	Diego Robayo		X	En proceso		
Sneider Ortiz		X	En proceso			

Fuente: Creación propia.

Para el desarrollo de la actividad náutica en el municipio de Gachalá, específicamente se necesita la selección de Prestadores de Servicios Turísticos que posean una relación directa con la actividad náutica, los cuales están presentes en el desarrollo de las actividades dentro de la represa y sus alrededores, así como el manejo adecuado de los recursos en torno a la sostenibilidad. Por esta razón se seleccionaron los de acuerdo a características como calidad, responsabilidad ambiental, servicio ofrecido y desempeño en la relación PST-Turista; entre los cuales se presentan los siguientes PST seleccionados:

Tabla 9. Prestadores de Servicios Turísticos seleccionados para el producto turístico náutico en el municipio de Gachalá

Categoría	Nombre	Servicios
Alojamiento	Hotel Paraíso	Alojamiento, TV, wifi, parqueadero, zonas verdes, baños con agua caliente.
	Hotel Cabañas El Jazmín	Restaurante, piscina, televisión, agua caliente, tour en lancha por el embalse, discoteca, transporte, asistencia de llegada.
	Hotel Gachalá	Alojamiento, wifi, Tv, agua caliente, baño privado en algunas habitaciones, tienda.
	Hotel El Diamante	Alojamiento, restaurante, bar, algunas habitaciones cuentan con baño privado, wifi. Tv.
	Hotel Divisa	Alojamiento, baño privado en 4 habitaciones, tv, wifi, tienda de aseo.
	Hotel Real Gachalá	Alojamiento, baño privado, ducha caliente, wifi, parqueadero cubierto, salón de eventos, bar.
	Hacienda Murca	Alimentación, visita atractivos turísticos, transporte, seguro.

Categoría	Nombre	Servicios
Alimentos y Bebidas	Restaurante Gacha	Ofrece platos típicos del municipio, el plato más representativo que ofrecen es la gallina criolla campesina.
	Restaurante La Rivera Peruana	Ofrecen platos especializados en comida peruana, elaborados por chefs peruanos, entre estos están ceviche peruano, causa limeña, entre otros.
	Restaurante Donde Guacharaco	Es un restaurante temático típico del municipio de Gachalá, en donde los habitantes del mismo lo utilizan para celebrar días especiales, como cumpleaños, amor y amistad, entre otros. Además ofrece el servicio de montar a caballo.
	Arepa Gachaluna: El Buen Gusto	En este lugar elaboran las típicas arepas gachaluna hechas en piedra de laja, son hechas de maíz pelado, queso y cuajada, siendo las más típicas de la región.
	Kiosko Parque Principal	Establecimiento con servicio de 24 horas, presenta servicio de comidas rápidas, platos a la carta y demás.
	Restaurante el Antojo	Este restaurante ofrece comidas rápidas, platos a la carta, pollo broaster entre otras comidas que degustaran el paladar de un turista.
	Restaurante el Campeón	Es un restaurante que ofrece almuerzos corrientes, pollo asado y broaster y platos a la carta al gusto.
Transporte	Valle de Tenza	Presta el servicio de transporte desde la ciudad e Bogotá hasta el municipio de Gachalá y los municipios a su alrededor.

Categoría	Nombre	Servicios
	Alianza	Presta el servicio de transporte desde la ciudad e Bogotá hasta el municipio de Gachalá y los municipios a su alrededor.
Agencias de Viaje	Corporación Ecoturística de Gachalá	Especializados en turismo de naturaleza, caminatas ecológicas, agroturismo. Manejan rutas como la ruta de la panela, la ruta del café, la ruta del té, la ruta del frijol y la ruta ganadera. Manejan también turismo religioso, más o menos cuatro santuarios religiosos en el municipio de Gachalá y en el resto de los municipios que son los 10 de la ruta del agua.
Guía de Turismo	Alejandro Carillo González	Guianza y recreación, especializados en recorridos ecoturísticos, ruta cafetera, esmeraldifera y ruta de la panela.
	Bethy González	
	Italiano Acosta	
	Sandra Gallego	
	Maryori Palacios	
	Johana Méndez	
	Diego Robayo	
	Sneider Ortiz	

Fuente: Creación propia

Durante el trabajo de campo realizado en el municipio de Gachalá se evidenció que el mismo posee una estructura medianamente adecuada para la prestación de los servicios turísticos y recibir a diversos turistas en la región; sin embargo, muchos de los establecimientos de hospedaje, restauración y demás prestadores de servicios turísticos no cuentan con la normatividad que exige el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y algunos poseen el

Registro Nacional de Turismo pero se encuentra desactualizado. Aun así los establecimientos y sus operarios se encuentran en la capacidad de prestar servicios adecuados teniendo en cuenta que muchas de estas personas poseen conocimientos empíricos sumados a la experiencia obtenida durante su tiempo de trabajo en los establecimientos.

Así mismo durante el proceso de identificación y análisis de los diversos PST que se encuentran en el municipio de Gachalá se logró identificar que de los 25 Prestadores de Servicios de Turísticos sólo siete PST que generan un porcentaje del 28% cuentan con un Registro Nacional de Turismo, de los cuales sólo cuatro establecimientos poseen el RNT actualizado.

Para los PST catalogados como guías de turismo en el municipio de Gachalá se identificó que se encuentran consolidados en una sola empresa llamada CorGachalá, la cual es una organización sin ánimo de lucro que apoya a pequeños empresarios y genera proyectos turísticos en el municipio eventualmente; de los ocho guías de turismo ninguno se encuentra inscrito en el Registro Nacional de Turismo, pero se encuentran en proceso de acreditación según la entrevista realizada con el gerente general de la Corporación Ecoturística de Gachalá Vidal Alejandro Carrillo (Anexo 1).

Por otro lado del 28% de los prestadores de servicios turísticos que poseen el RNT sólo se encuentra un PST en el área de alimentos y bebidas que cuenta con su Registro Nacional Actualizado, el resto de los establecimientos de restauración son informales y algunos de ellos solo abren sus puertas al público en las fechas del FestiGuavio o por otro lado deciden desplazarse hasta la naviera para ofrecer sus productos en carpas que suelen colocarse cerca a los lugares donde se realizan las actividades náuticas.

Normatividad aplicable en el municipio

Este proyecto pretende demostrar que la actividad náutica dentro un corredor turístico puede ser tanto positivo a nivel económico como negativo a nivel de impacto, ya sea ambiental como social, pues se debe contar con planes adecuados o estudios, de modo que se pueda desarrollar de forma sustentable y sin perjudicar el medio ambiente y a la población local. En lo que respecta a la normatividad aplicable en el municipio de Gachalá en materia de turismo náutico hay que

tener en cuenta las normas que rigen en nuestro país en este tipo de turismo, para de esta manera saber cómo se debe aplicar esta normatividad en el producto turístico náutico en el municipio de Gachalá.

Según lo investigado en el municipio de Gachalá respecto a normatividad nos informaron que la única norma que ellos aplican en el municipio es una resolución del año 2015 por parte del Ministerio de Transporte la cual establece las condiciones técnicas de operación de los puertos acuáticos colombianos y otras disposiciones, esta resolución muestra ciertos artículos modificados de decretos y leyes que hablan del tema portuario marítimo. El artículo 11 enseña sobre los procedimientos y protocolos aplicables en las instalaciones portuarias, las condiciones técnicas de operación y los protocolos aplicables para ciertas actividades como:

1. Maniobras de atraque y zarpe de naves
2. Alistamiento de naves para iniciar trabajos
3. Obligaciones de los operadores
4. Ocurrencia de accidentes
5. Garantías de cumplimiento y responsabilidades de los prestadores de servicios
6. Capacidad técnica e idoneidad profesional para cada servicio
7. Organización y administración del terminal, muelle o embarcadero
8. Documentación necesaria para el ingreso y la prestación de servicios
9. Maniobras de emergencias
10. Rendimiento mínimo y de calidad del servicio.

El capítulo II del título II de la resolución habla sobre las obligaciones de los prestadores de servicios y de quienes realicen actividades portuarias, así como las normas nacionales aplicables que regulan las actividades portuarias. Deben acatar los reglamentos técnicos de operación, son 21 puntos que cada instalación debe cumplir. (Ministerio de Transporte , 2015)

En Gachalá la empresa Emgesa aportó un aviso con recomendaciones para la seguridad de las personas que vayan a abordar las lanchas que se encuentran en la represa, estos con el fin de

evitar accidentes y también para que la gente tenga en cuenta cuáles son las normas que deben cumplir para poder subir a una lancha.



Ilustración 14: Reglamento para la utilización del Embalse del Guavio según EMGESA

Nota: Creación propia

Cabe aclarar que se investigó más a fondo cuáles son las normas que se deben seguir en Colombia en materia de producto turístico náutico, la información obtenida fue poca casi que nula, pues en nuestro país no hay ninguna ley, decreto, norma técnica o resolución que abarque el tema de producto turístico en sí o de producto turístico náutico, que es el tema principal del proyecto. Las actividades de turismo náutico como buceo, pesca deportiva, flyboard y otras, tampoco cuentan con normas específicas que regulen su actividad como oferta turística, pero le son aplicables las mismas normas vigentes para la navegación si utilizan embarcaciones deportivas para su realización, dicha norma sería la Ley 1242 de 2008.

Por tal motivo se tomará como referencia normativa internacional en lo que respecta a turismo náutico las normas existentes en varios países latinoamericanos en los que se practica este tipo de turismo, pues con esto se pretende encontrar las normas vigentes de otros países y tomar partes de esas normas para ver si pueden ser aplicables o adaptables a la Represa del Guavio, lugar donde se pretende realizar el producto turístico náutico. Como países latinoamericanos de referencia normativa se tomaran cuatro: Argentina, Brasil, México y Uruguay, pues estos países

ya practican el turismo náutico años atrás y presentan una base sólida a tomar como referencia para nuestro proyecto. En lo que respecta a normatividad a nivel nacional se tendrá como referencia todo lo relacionado con el turismo sostenible, por lo que para este punto la NTS- TS 001-1 será la norma aplicable, la cual menciona y abarca los distintos requisitos de sostenibilidad para un destino turístico o área turística, pues esta norma técnica aplica para los destinos o áreas que realizan actividades turísticas y que ofrecen productos y servicios en un destino.

Cabe resaltar que existe un “Plan de Turismo Náutico en Colombia” realizado en septiembre de 2012 el cual tiene por objetivo general “realizar un estudio para definir la potencialidad del turismo náutico en Colombia, costa Caribe y pacífica colombiana, y diseñar un plan de actuación que favorezca el desarrollo de este tipo de turismo, tanto en su vertiente recreativa como deportiva.” (GMM Consultores Turísticos , 2012). Pero al leer el objetivo de este plan se puede ver que abarca solo el tema de turismo náutico en la costa Caribe y pacífica de Colombia y nuestro producto se realizará en una represa por lo que no nos servirá como referencia normativa este plan.

El primer país de referencia es Argentina el cual toma como antecedente histórico de turismo náutico la navegación a vela (yachting) que tuvo lugar en Inglaterra en 1681, luego dos siglos después el 1853, se introduce la navegación a motor con una nueva opción a este deporte que era la síntesis del elitismo de la época. En Argentina los antecedentes históricos sobre la náutica deportiva data de 1873 cuando un grupo de ingleses fundaron el Buenos Aires Rowing Club y desde ese año comienzan a surgir más clubes náuticos, lo que hace que el país empiece a incursionar en la actividad náutica deportiva. Desde ese tiempo los clubes fomentaron y aun lo hacen con la navegación a vela, la cual es uno de los deportes que más trofeos ha aportado al deporte argentino. En lo que respecta a las normas la mayoría están enfocadas en la provincia de Mendoza, lugar reconocido por practicar el turismo náutico durante mucho tiempo.

Se encontraron tres normas que rigen el turismo náutico en Argentina en esta provincia: la primera es la Ley 3859 de 1972 la cual establece la reglamentación de actividades náuticas de la provincia, está en el año 2016 presento unas modificaciones a cuatro de sus artículos por parte de la Ley 8894, la segunda es el Reglamento General de Náutica 2014- 2015 realizado por la División Náutica de Mendoza, y la tercera es una norma técnica IRAM-SECTUR 42560 que

presenta los requisitos la navegación turística en embarcaciones a motor y el sistema de gestión de la calidad y la seguridad.

La ley 3859 tiene por objeto que “todas las actividades náuticas que se desarrollen en aguas de jurisdicción de la provincia quedan sujetas a las prescripciones de esta ley y de su decreto reglamentario 4727/72” (s.n, 1972). Las funciones de esta ley se limitan al ordenamiento, sistematización y organización de la circulación de todo tipo de embarcaciones y personas en los ambientes hídricos, también vela por el control de los servicios públicos y privado de transporte de pasajeros y cargas dentro de esos ambientes.

El Reglamento General de Náutica 2014- 2015 establece todas las reglas que se deben cumplir a la hora de realizar actividades náuticas ya sea en ríos, lagunas y diques en Mendoza. La Dirección de Recursos Naturales Renovables es la autoridad que ejerce el poder de policía sobre todas las actividades náuticas que se desarrollen como tal en aguas de jurisdicción de la provincia. Este reglamento menciona cuales son los requisitos de licencia náutica, cuáles son las normas de navegación, los requisitos a seguir según el tipo de embarcación que se esté usando, define que es un deporte náutico, cuales son los elementos de seguridad exigidos para la navegación, como se debe practicar correctamente el buceo y el rafting, menciona los derechos de paso los cuales otorgan prioridad a una embarcación sobre otra u otras cuando estas se encuentran navegando para que esta actividad se presente de manera ordenada, presenta las infracciones o penalidades para las personas que durante el ejercicio de la actividad náutica causen daño o atenten contra la vida de las personas, dicta las medidas de fondeado de embarcaciones, aclaran cuales son las medidas a seguir para primeros auxilios y las respectivas señales de auxilio, por ultimo explica cuáles son las actividades náuticas permitidas de acuerdo al lugar donde se esté realizando la actividad náutica (embalse, dique o rio). (Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable , 2014)

Por último la norma técnica IRAM- SECTUR 42560 establece los requisitos para un sistema de gestión de la calidad y la seguridad en la prestación de los distintos servicios cuando se necesite un marco de referencia para la optimización de la prestación, cuando se desee implementar prácticas sustentables y cuando se aspire a aumentar la satisfacción del cliente. (Secretaria de Turismo de Argentina , 2009)

El segundo país que servirá como referencia normativa es Brasil, pues es uno de los países del mundo que más se está desarrollando en turismo náutico, cuenta con casi ocho mil Km de costa en el Océano Atlántico, numerosas islas, ríos navegables, que complementan las excelentes condiciones marítimas y la ausencia de fenómenos naturales como huracanes.

El Ministerio de Turismo de este país público en su portal las principales resoluciones y normas federales del sector náutico. El Vade Mecum incluye legislaciones, decretos y las principales ordenanzas sobre el asunto, esta guía surgió de la necesidad de las distintas entidades que integran el Grupo de Trabajo del Turismo Náutico de tener acceso de forma fácil a las informaciones sobre legislación y decretos que regulan la utilización y las actividades en el área náutica. Dentro de esta guía se encuentra la Ley General de Turismo n° 11.771/2008 con sus principales decretos entre ellos la del Cadastur¹⁹, también incluye informaciones de la legislación pertinente al área náutica de la Agencia Nacional de Transporte Acuático, de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria, la Policía Federal, Marina de Brasil, Ministerio de Trabajo y Empleo, Secretaria de Patrimonio de la Unión y la Secretaria Especial de Puertos. El Grupo de Trabajo Náutico realiza reuniones constantemente para hablar sobre temas relacionados al turismo náutico.

Esta guía divide la normatividad de acuerdo a la que se debe aplicar a cada entidad responsable; el Ministerio de Turismo tiene la Ley de Turismo N° 11.771/2008 la cual dispone la Política Nacional de Turismo y define las atribuciones del Gobierno Federal en la planificación, desarrollo y estímulo al sector turístico, el decreto N° 7.381/2010 el cual establece normas sobre la Política Nacional de Turismo y define las atribuciones del Gobierno Federal en la planificación, desarrollo y estímulo al sector turístico, dispone sobre el fomento de actividades turísticas con apoyo financiero del Fondo General de Turismo y el registro, clasificación y fiscalización de los prestadores de servicios turísticos y las normas generales de aplicación de las sanciones administrativas, y la Portaria 197/2013 el cual disciplina el Catastro de los prestadores de servicios turísticos, el Comité consultivo y de otras providencias. (Ministerio de Turismo , 2014)

¹⁹Cadastur Dos Prestadores de Servicios Turísticos

El tercer país que se tendrá como referencia para aplicar políticas normativas es Uruguay, país que ofrece grandes oportunidades para el desarrollo de actividades de turismo náutico, sus características geográficas son 718 Km de línea de costa (Océano Atlántico) y una densa red hidrográfica (Rio de La Plata, Rio Uruguay, Rio Negro y Laguna Merín) los cuales le brindan un escenario ideal para el disfrute de actividades náuticas.

La navegación en espacios naturales privilegiados, el aprovechamiento de las condiciones naturales para los paseos en barco, la pesca deportiva, los deportes náuticos como el surf, windsurf, kitesurf²⁰ y el canotaje forman parte del amplio abanico de posibilidades con las que se encuentra el turista. Las condiciones climáticas de Uruguay son una de las principales ventajas comparativas con las que se encuentra el navegante. La temperatura media anual se sitúa alrededor de los 17,5° en tanto la velocidad media de los vientos oscila entre 14 y 15 km/h.

En cuanto a la normatividad aplicada por este país, existe el Plan Nacional de Turismo Náutico de Uruguay fue creado en junio de 2011 por el Ministerio de Turismo y Deporte y muestra las estrategias de desarrollo y oportunidades de inversión, consta de cinco capítulos y el primero muestra el turismo náutico en el mundo, luego lo enfocan en la región y por último en Uruguay, ya el segundo capítulo habla del entorno para el desarrollo del turismo náutico y muestra el perfil turístico de Uruguay seguido del perfil para el desarrollo del Turismo náutico en el país y las zonas en las que se puede realizar este tipo de turismo, el tercer capítulo habla del turismo náutico y las estrategias que tiene Uruguay para aplicarlo, después el cuarto capítulo nos habla de las oportunidades de mercado y de inversión para el desarrollo del turismo náutico y nombra ciertos lugares reconocidos de Uruguay los cuales serían el escenario perfecto para invertir en ellos y potencializarlos con el turismo náutico, por último el quinto capítulo menciona otros datos de interés para los inversionistas interesados como es el mapa de actores del turismo náutico, la promoción de inversiones nacionales y extranjeras y la inversión en la Industria Naval. (Ministerio de Turismo y Deporte , 2011)

También se encontró que la Armada Nacional de Uruguay es la encargada de las disposiciones marítimas, la disposición más reciente es la N° 165 con fecha 5 de julio de 2016 la cual habla sobre las embarcaciones deportivas y los artefactos náuticos de recreo, las cuales

²⁰ Deporte de deslizamiento que consiste en el uso de una cometa de tracción (kite), que tira del deportista.

buscas actualizar las normas generales que regulan la habilitación de las embarcaciones deportivas y artefactos náuticos de recreo en concordancia con los estándares actuales para así facilitar e incentivar el uso de las mismas con seguridad y evitando el daño al medio ambiente marino. Esta norma consta de 15 puntos los cuales hablan de los conceptos de embarcación deportiva y de artefacto náutico, establece las normas para la construcción, reparación y clasificación de las embarcaciones y sus respectivas inspecciones de habilitación, construcción, emisión, renovación, etc., así como las inspecciones técnicas para emitir el certificado de navegabilidad, las habilitaciones de navegación de acuerdo a las zonas detalladas para cada embarcación (navegación oceánica, franjas de 15 millas náuticas, etc.), las normas que deben cumplir los artefactos como parapentes, surf, windsurf como lo son los respectivos elementos de seguridad en buenas condiciones, chalecos salvavidas, equipos con aislación térmica, estos deportes se deben practicar durante el día en las zonas autorizadas. (Armada Nacional de Uruguay, 2016)

El cuarto y último país que se tomará como referencia para normatividad aplicable a nuestro proyecto será México pues cuenta con hermosos litorales a lo largo y ancho de su geografía los cuales hacen fácil potenciar sus destinos turísticos como importantes centro de recreación náutica. El turismo náutico es ya un punto de desarrollo en importantes centros vacacionales del país como Acapulco, Los Cabos, Puerto Vallarta y el Caribe Mexicano. Estos destinos tienen contacto directo con el mar y el resto del entorno ecológico, por lo que se convierten en un abanico de posibilidades ofreciendo a los visitantes experiencias únicas.

Puerto Vallarta ofrece sitios idóneos para el buceo como las Islas Marietas y Los Arcos, parques marinos nacionales que albergan infinidad de vida marina además de poder nadar con delfines, paseos en yates, fiestas flotantes y la observación de ballenas. Por otra parte el Caribe Mexicano con aguas azul turquesa y gran diversidad ecológica marina es el sitio adecuado para práctica de la vela, el esnórquel²¹, paseos en kayaks y el buceo en el Arrecife Mesoamericano. Estas son solo algunas de las actividades náuticas que ofrece el Caribe mexicano, todas ofrecidas por marinas certificadas y con el servicio de expertos que garantizan a los turistas aventuras inolvidables con seguridad y con la mejor calidad.

²¹Es la práctica de buceo a ras de agua.

En lo que respecta a normatividad encontramos el Reglamento de Turismo Náutico de octubre de 2004 el cual consta de 42 artículos y tiene por objeto reglamentar la navegación con fines recreativos que se realice en las vías navegables con embarcaciones menores de recreo y deportivas ya sea de uso particular o con fines comerciales para brindar servicios a terceros, menciona las definiciones más importantes de acuerdo a la Ley de Navegación, menciona el tipo de embarcaciones que pueden navegar ya sea con o sin certificado de matrícula, nombra cuales son las embarcaciones que no se consideran de recreo o deportivas como las tablas de ski, surf, windsurf, triciclos acuáticos, objetos inflables o flotantes, etc., cuáles son las acciones preventivas que deben tener los operadores, propietarios o usuarios de embarcaciones, también menciona la prestación de servicios de turismo náutico a terceros la cual se debe llevar a cabo por navieros con embarcaciones que obtengan el permiso otorgado por la Capitanía de Puerto, menciona las modalidades en la prestación del servicio de turismo náutico a terceros y las obligaciones del prestador de servicios, por ultimo menciona las sanciones a los prestadores de servicios por no cubrir indemnizaciones por daños, por transferir el permiso sin autorización de la secretaria, por operar en zonas no autorizadas, por poner señalamiento marítimo sin autorización, etc. (Quesada, 2004)

Otra norma es la Ley de Navegación publicado el 4 de marzo de 2015 y tiene por objeto regular las funciones de la Autoridad Marítima Mercante y la actuación de las personas de derecho público o privado que intervengan en los asuntos marítimos y portuarios nombrados por la ley. En lo que respecta a turismo náutico en esta ley encontramos la definición de prestación de servicios de turismo náutico que es “la actividad que realiza el naviero, con el permiso que otorga la Secretaria, para que opere y explote comercialmente una embarcación menor de recreo y deportiva al proporcionar a terceros servicios de turismo náutico” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2015). En lo que respecta al personal que tripule una embarcación menor dedicada al turismo náutico deberá tener una libreta de mar tipo “C” que lo acreditara para ejercer el mando de la misma, menciona los requisitos que debe cumplir el personal dedicado al turismo náutico. Esta ley cuenta con el capítulo nueve el cual habla todo lo relacionado a turismo náutico y tiene como objeto regular la navegación que se realice con fines recreativos en las vías navegables con embarcaciones menores de recreo y deportivas, son diez artículos que mencionan con que deben contar dichas embarcaciones como matricula y certificado de matrícula y seguridad, manual del propietario, cuáles son las embarcaciones que pueden navegar sin

certificado de matrícula, cuáles son las acciones preventivas que deben tener los operadores, también habla del turismo náutico para uso particular y de la prestación de servicios de turismo náutico a terceros, cuáles son las modalidades en la prestación del servicio de turismo náutico a terceros y cuáles son las obligaciones del prestador de servicios, también habla de los seguros aplicables de acuerdo a los daños que causen a los usuarios con motivo de prestación de servicios y por ultimo menciona los servicios de crucero turístico los cuales se realizan en embarcaciones mayores clasificadas como de pasajeros las cuales son para navegación con fines recreativos comerciales, en las vías navegables y las cuales tengan capacidad para brindar a los usuarios servicios de pernoctación y descanso durante la travesía. (Nieto, 2015)

Como referencia normativa nacional debido a que nuestro proyecto manejara un enfoque sostenible se tomara como referencia la NTS²²- TS 001-1 que fue creada en el año 2014 y tiene por objeto cuales son los requisitos de gestión relacionados con la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica aplicables a un destino turístico o a cierta área turística dentro del mismo. Estas normas se deben adoptar en un enfoque basado en normas de producto las cuales permitan que el destino o área turística demuestre que cumple con los requisitos establecidos de manera permanente.

Esta NTS empieza con las definiciones básicas utilizadas en lo que respecta a turismo sostenible, luego define la delimitación territorial del destino o área turística en el cual se debe utilizar la cartografía a una escala que permita el detalle apropiado para así establecer la opción que le aplica ya sea destino o área turística, después menciona la autoridad y responsabilidad del destino o área turística seguido de los requisitos legales y la política de sostenibilidad, debe contar con un código de conducta que debe ser divulgado entre la población residente, visitantes y turistas.

Después siguen los requisitos de gestión los cuales permiten identificar los aspectos e impactos, implementar programas de sostenibilidad, realizar la capacitación adecuada, contar con la documentación y registros necesarios, implementar un plan de emergencias y contingencias y un programa de seguridad turística. Menciona los requisitos de sostenibilidad en cuanto a la protección de la biodiversidad, el apoyo a programas de protección y uso sostenible

²² Normas Técnicas Sectoriales.

de la biodiversidad, cuáles son las áreas protegidas y ecosistemas estratégicos, cual es la gestión del agua, de la energía, el uso adecuado de productos químicos, la gestión y manejo de residuos, el manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual, cuáles deben ser los requisitos socioculturales como manejo y prevención de riesgos sociales, el apoyo a comunidades, grupos étnicos, conservación, protección y uso sostenible del patrimonio cultural, cuáles deben ser los requisitos económicos como la generación de empleo, organización de vendedores informales, comercialización de bienes y servicios de la población residente, satisfacción de visitantes y turistas, realizar el monitoreo económico. Por último menciona la información y sensibilización en lo que respecta a difundir buenas prácticas ambientales en la población, realizar acciones de sensibilización a la población residente en lo que respecta a las ventajas y beneficios generados por la implementación de esta norma así como los impactos positivos y negativos que el turismo pueda generar, y las oportunidades, desafíos e importancia de la sostenibilidad. (ICONTEC, 2014).

Como se pudo observar en las normas mencionadas anteriormente de los países latinoamericanos que manejan el turismo náutico hace años estas se enfocan es en el turismo que se puede realizar en ríos, mares y lagos principalmente, pues si queremos aplicar algunas de esas normas al producto turístico náutico en Gachalá en la Represa del Guavio las más adecuadas para aplicar serían las que hablan sobre seguridad para los usuarios en las embarcaciones, las medidas de las embarcaciones a navegar en este caso en una represa, seguido de las embarcaciones que se pueden poner a trabajar en estos sitios, cuáles serían las personas encargadas de manejar las embarcaciones, que requisitos deben cumplir tanto los prestadores como las embarcaciones, seguido de las normas de sostenibilidad aplicables para la Represa, debido a que lo que se pretende es generar turismo náutico en el municipio sin dañar o degradar el ecosistema que lo rodea y el cual le pertenece a todos los gachalunos.

Cabe aclarar que el turismo náutico en Colombia requiere de una mejora de la competitividad por parte del sector privado en lo que respecta a las instalaciones, los servicios, la formación, la promoción, la comercialización, etc. Pero también del sector público que es el que regula y ordena las actividades, pues de este sector depende la convivencia de acometer un cambio en los instrumentos de gestión del turismo náutico como tal, generando así la eliminación de los

factores que actualmente lo limitan como la normativa y los trámites aplicables al turismo náutico.

Como conclusión general del capítulo I después de la obtención de información sobre lo que respecta a la evaluación de los atractivos turísticos que se encuentran en el municipio, a las perspectivas a manejar en Gachalá y el producto turístico como tal, toda la información relacionada a los prestadores de servicio y la normatividad aplicable en el municipio, se puede evidenciar que en lo que respecta a la información acerca de la oferta turística del municipio para la correcta creación del producto turístico náutico es necesario dar un valor agrupado a los atractivos del municipio para así lograr un mayor posicionamiento de Gachalá como destino turístico. El turismo náutico a nivel internacional presenta una fuerte demanda ya que esta actividad brinda momentos de ocio y esparcimiento a las personas que lo realizan, debido a que aparece como una alternativa única favorecedora de nuevos beneficios que se desarrollan a través de su puesta en valor.

En la investigación se estudiaron distintos prestadores de servicios turísticos, a partir de ello se pudo comprobar que los servicios que prestan permiten dinamizar el sector de la economía, mostrando además los recursos con los que cuenta el municipio en materia de infraestructura, permitiendo también el aprovechamiento de los mismos. Un factor importante que se debe manejar es el de la sostenibilidad, en este sentido se puede dar a conocer Gachalá como el municipio pionero en turismo náutico que posee una variada oferta de servicios turísticos.

A partir de esta investigación, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre en turismo y el desarrollo local a partir de la interpretación y puesta en valor del municipio, la necesidad de diversificación de la oferta turística por parte de los gachalunos resulta una exigencia hacia un mayor acercamiento turístico al territorio, pues es así como la búsqueda y puesta en valor de los recursos potencialmente turísticos, en este caso la Represa del Guavio y los demás atractivos, forman parte de la actividad de valorización desde el enfoque del desarrollo local.

Capítulo II: Identificación de mercado objetivo y perfil del turista náutico

El desarrollo de la industria turística en las últimas décadas ha experimentado un proceso de evolución tanto a nivel local, regional, nacional y global, por lo tanto, el sector turístico se ha convertido en una rama económica productiva de alta importancia que ha crecido en diferentes regiones del país, convirtiéndose en un factor trascendente para el crecimiento económico, la generación de empleos y habitualmente el mantenimiento de los ecosistemas nacionales.

Ha sido significativo el desarrollo económico y social que se ha generado gracias al turismo, que por esta razón es necesario analizar la demanda turística que se puede presentar en una zona o región, conocer y analizar el perfil de los posibles consumidores de los bienes, productos y servicios turísticos que se generen. Para iniciar con el proceso investigativo en torno a la búsqueda del mercado objetivo para el producto se necesita conceptualizar la definición de demanda como aspecto global y dirigirlo al sector que compete este trabajo de investigación.

Según Kotler en su libro *Comprensión de la Dirección de Marketing* (2012) define a la demanda como:

La demanda son todos aquellos deseos de una persona hacia un producto en específico que es respaldada por la capacidad de pago del individuo.

Otra definición que acerca al concepto de demanda es dada según Laura Fisher, autora del libro *Mercadotecnia* (2011), en donde se expone:

La demanda son las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.

Gregory Mankiw expone en su libro *Principios de Economía* (2012) a la demanda como:

La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar.

En síntesis, de las definiciones anteriores se recopiló la siguiente definición:

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos quienes, además,

tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

Teniendo en cuenta los conceptos anteriormente expresados, para introducir al tema que compete la investigación, se introduce la demanda dentro del sector turístico y los componentes que hacen parte del mismo. Según Mario A. Socatelli P. se define la demanda turística como un conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos, los cuales buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Estos consumidores son catalogados como turistas, viajeros o visitantes que poseen diversas motivaciones de viaje para el cumplimiento de sus expectativas.

Así mismo, la demanda turística consta de personas con diversas características socio demográficas y psicográficas, las cuales se encuentran ligadas por el consumo de experiencias influenciadas por sus ideologías y necesidades, que son el motor de motivación para el consumo de atractivos, facilidades, bienes, servicios y actividades dentro del sector turístico. Para conocer las características de la demanda turística se deben analizar distintas variables que se relacionan con el perfil socioeconómico del turista como la edad, profesión, gasto diario promedio y su presupuesto para vacaciones, las variables que reflejan el comportamiento de su estancia turística son motivo del viaje, donde se hospeda, duración del viaje y actividades a realizar en el destino; con los resultados obtenidos a través de las variables analizadas se puede estimar el impacto económico que genera la actividad turística en el medio rural (P., 2013).

Los turistas son consumidores activos de los productos y servicios que la industria turística presenta al mercado dentro del territorio nacional, estos compradores presentan un comportamiento el cual es necesario analizar desde sus motivaciones, factores de compra, procesos de decisión y demás. La importancia de conocer el comportamiento del consumidor, en este caso del turista como consumidor, radica en la eficacia para conocer que tipología de turismo será la adecuada y la que logrará satisfacer las necesidades, deseos y expectativas que la persona posee al momento de decidir hacer parte del sistema turístico.

El comportamiento del consumidor según el libro Marketing Turístico de Antonio Escobar y Yolanda González (2011) lo describe como el conjunto de actividades realizadas por una persona desde que presenta una necesidad hasta el momento en que efectúa la adquisición de un bien, producto o servicio y hace uso del mismo, es decir, que el comportamiento del consumidor se

enfoca en la recolección y clasificación de información, la cual busca generar una elección de compra evaluando la utilidad de la misma y los beneficios que dicha adquisición generará en el usuario, así como la satisfacción de sus necesidades.

De acuerdo a lo anterior es importante presentar un contexto puntual al comportamiento del consumidor en conjunto con la definición del mercado objetivo, ya que el perfil del cliente definido para esta investigación debe poseer unos criterios en particular para que sea el mercado al que mejor se adecua el proyecto; por esta razón se presenta la definición de los mercados objetivos o mercado meta, ya que implica la creación de una imagen del mismo actualmente; estos mercados pueden definirse en conjuntos o clasificarse en segmentos, identificando las preferencias, motivaciones, decisiones de compra y modelos de costumbres de los clientes, para lograr la correcta selección del target al que el producto y/o servicio se encuentra mejor enfocado.

El presente esquema expone el proceso a seguir en la selección de las variables que definen al mercado meta, para identificar el mercado objetivo que compete a esta investigación se utilizaran variables demográficas, económicas y sociales, las cuales aportan al producto turístico náutico un acercamiento sobre el estilo de vida y a los hábitos de compra de los turistas, generando un acercamiento al comportamiento del consumidor de un producto turístico náutico. Según Kanuk en el libro “Comportamiento del Consumidor” es importante conocer las necesidades actuales de los consumidores y a partir de ello generar un perspectiva de probables futuras necesidades, al igual es importante identificar las similitudes y diferencias que existen entre las culturas, ya que se reconoce que los individuos poseen diferencias entre sus gustos; todos los seres humanos tenemos necesidades compartidas como lo son las fisiológicas, las cuales a través de los años, el crecimiento y ciclo de vida se van escalonando en otro grado de importancia. Dichas necesidades adquiridas a lo largo del tiempo pueden ser utilizadas para generar la segmentación de mercado adecuada y que corresponda al servicio, bien o producto que se busca introducir al mercado.

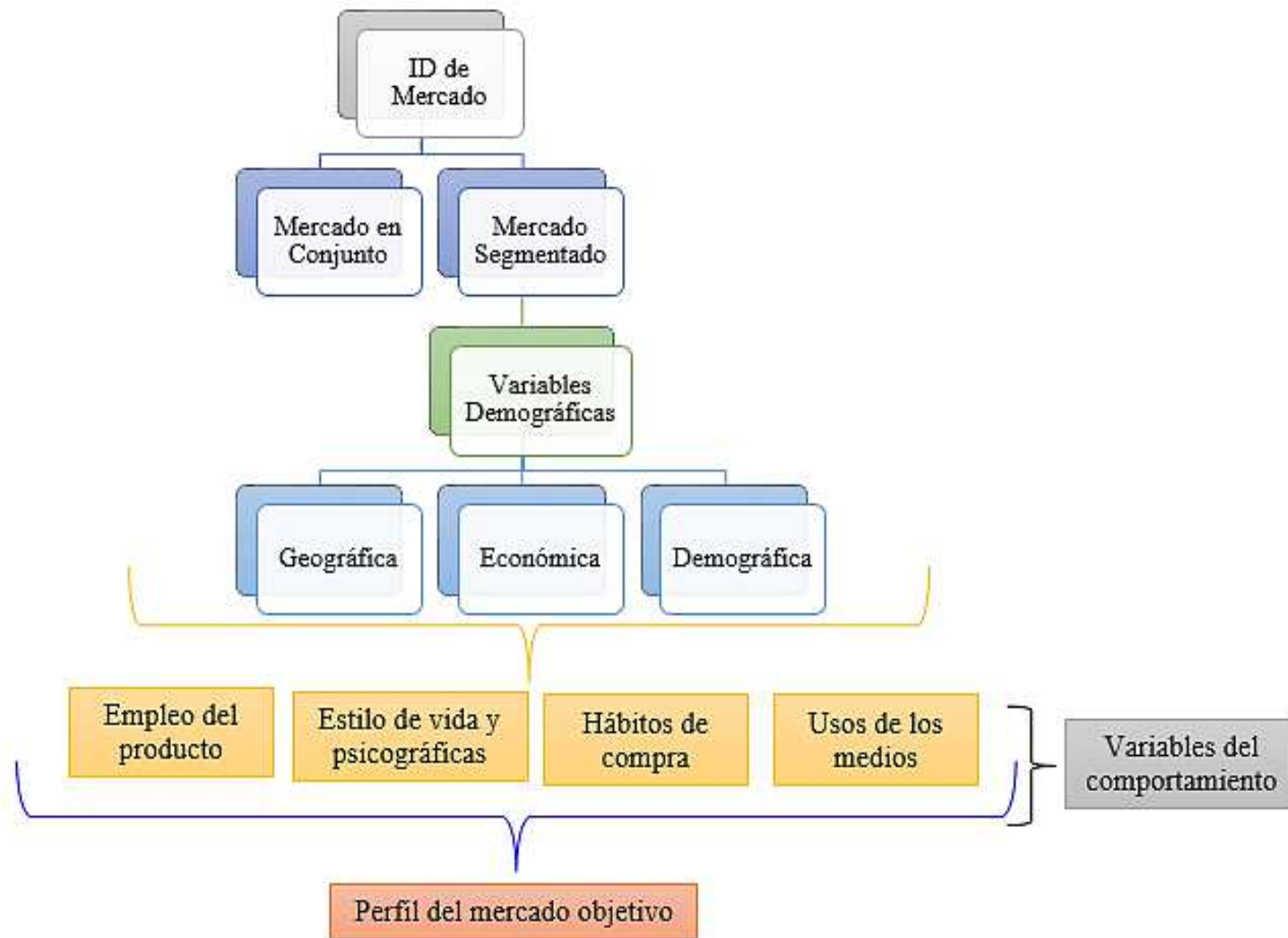


Ilustración 15: Modelo de Identificación de Mercado

Nota: Creación propia. Ilustración construida a partir de los aportes de (Parmerlee, 1998)

El punto clave del proceso de búsqueda del mercado es investigar detalladamente los sub-mercados encontrados y conocer qué mercado se asimila con el producto y servicio, es decir, cual mercado se acerca a la realidad del proyecto, esto ayudará a identificar, analizar y definir el target del producto turístico náutico, este proceso de selección del mercado meta se obtiene del análisis del comportamiento del turista como consumidor de productos y servicios; es importante reconocer la segmentación de mercados como la acción de dividir o categorizar el mercado en subconjuntos que comparten características similares o necesidades mutuas; el proceso de identificación de mercado se genera a partir de herramientas y métodos investigativos que buscan presentar un resultado verídico y efectivo. Es por esto que en el proceso de segmentación del mercado objetivo es importante tener en cuenta todas las variables demográficas y del consumidor para lograr hallar la mejor definición del cliente que supla la necesidad de la investigación en curso (Parmerlee, 1998). Por otro lado teniendo en cuenta que el mercado objetivo necesita adaptarse a la demanda turística en un mercado competitivo en el que cada destino busca exaltar sus características frente a los demás el turismo entra a ser parte como un sector que va dirigido a los gustos de la demanda turística. En la actualidad el turista es un viajero con amplia experiencia, el cual ha visitado varios destinos y su nivel de exigencia se encuentra en crecimiento, por este motivo es preciso adaptarse a un proceso en torno a las diferentes exigencias de la demanda y la necesidad de mantener e incrementar la calidad en los servicios ofrecidos.

El mercado turístico según Javier González, director comercial del grupo Multicolor es un sector que se encuentra en constante cambio e innovación, por lo cual debe llevar un proceso continuo que implique aspectos como:

- Conocimiento y análisis de los mercados para detectar las tendencias de la demanda.
- Promover y comercializar productos turísticos adecuados para cada mercado.
- Definir productos turísticos exigidos por la demanda de los diferentes mercados.
- Diseños de instrumentos dirigidos a incrementar la relación relación-precio para no perder competitividad.

Además existen factores que caracterizan la demanda turística actual, por lo cual se debe evaluar dentro de los procesos investigativos cuáles son las motivaciones en la actualidad de los consumidores y cuáles son las perspectivas del futuro, teniendo en cuenta factores como la

aparición de nuevas tipologías de turismo que se han presentado notablemente según las condiciones sociales, culturales y económicas de los diferentes destinos, la decisión de viaje y la elección del destino corresponde a una motivación compleja que deja de lado lo tradicional, convirtiendo al individuo multi-motivacional, la documentación en la actualidad de un incremento en la clasificación de turistas “single”, caracterizados por realizar viajes de forma individual y el precio como elemento básico que condiciona la demanda y varía según el mercado, relacionando siempre el precio con la calidad del servicio.

Variabes geográficas

La variable de segmentación presentada se define como la división del mercado en diferentes unidades geográficas como países, ciudades, regiones o barrios, en donde se determinan diferencias en las pautas de consumo en donde la orografía²³, la hidrografía²⁴ o el clima pueden ser factores que influyen en el consumidor (Antonio Escobar, 2011). En el caso del sector turístico, una de las principales características que poseen los servicios es la dificultad de trasladar los mismos al turista, es ahí donde los destinos únicos y con una generación de valor y experiencia diferente llaman la atención de las personas e influyen en su proceso de compra turístico. Al realizar la segmentación según las variables geográficas se emplean sistemas que analizan y representan gráficamente la información geográfica de las personas que residen en una zona, identificando hábitos de comportamiento asociados al lugar de residencia del consumidor.

Las variables demográficas junto a las variables geográficas empiezan a definir con mayor claridad el segmento de mercado adecuado, teniendo en cuenta el número de personas que serán el mercado meta. En una región o zona se pueden encontrar una gran variedad de grupos o segmentos determinados por la caracterización geográfica de los mismos (Valiñas, 2009).

²³ Orografía hace parte de la geografía física que se dedica a la descripción de montañas. A través de representaciones cartográficas (mapas), es posible visualizar y estudiar el relieve de una región.

²⁴ Hidrografía hace referencia a una rama de la geografía física que se ocupa de la descripción de los mares y las corrientes de agua que existen en el planeta.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La segmentación demográfica es definida como la división del mercado en subgrupos que compartan características asociadas a la demografía tales como la edad y etapa del ciclo de vida, el género, el tamaño del núcleo familiar, ingresos, educación, ocupación, religión, raza y nacionalidad (Dvoskin, 2004); siendo estos factores son la base para definir y segmentar un grupo de clientes. Las necesidades y los deseos de los consumidores suelen variar dependiendo de los resultados de las variables anteriores, teniendo como característica su facilidad de medición en comparación a las demás variables.

Las variables demográficas según el libro “Marketing Turístico” son una de las bases más utilizadas dentro de la segmentación de mercados dada su facilidad de uso, las cuales permiten definir el perfil del futuro consumidor enfocado en un punto de vista objetivo agregando su facilidad de medición, estas variables ayudaran a definir y valorar el tamaño del mercado meta y cumplir el objetivo de entregar la información al mismo. A continuación se presenta un acercamiento de las variables utilizadas demográficamente en la definición del mercado objetivo:

- **Edad y etapa del ciclo de vida:** Es importante reconocer que las necesidades y deseos de los consumidores varían según su edad, la edad es uno de los factores de mayor utilidad dentro de la segmentación de mercados, teniendo en cuenta que es uno de los datos con más fácil acceso y es una de las variables a identificar con mayor facilidad. A partir de la definición de esta variable se logra identificar los hábitos y el proceso de compra del consumidor; así mismo identificando los grupos de edad de los consumidores se logra dar inicio a la creación del perfil del consumidor. (Valiñas, 2009)
- **Género:** Es una de las variables más fácil y clara de determinar, permite dividir al mercado en dos grupos con diferencias en hábitos de consumo y de compra, estos grupos se dividen en masculino o femenino. Al igual permite determinar cuáles y cuántos productos o servicios pueden ser dirigidos a hombres o a mujeres, y de esta forma continuar con el diseño del perfil del cliente (Valiñas, 2009)
- **Ingresos:** Según Valiñas los ingresos, son considerados como un factor principal que afecta las estrategias de precios, además de ayudar a identificar el poder adquisitivo de los posibles

consumidores para conocer si poseen o no los recursos para adquirir el producto, bien o servicio ofrecido en el mercado.

Variables psicográficas

Estas variables permiten agrupar a los consumidores de acuerdo a factores como personalidad, grupos de referencia, ciclo de vida familiar, entre otros, para clasificar al público de las variables demográficas con perfiles psicográficos muy diferentes, y estas, han generado un valor importante a la decisión de compra del consumidor. La psicografía sirve para describir las costumbres, hábitos y preferencias de las personas, en base a un detallado análisis de la conducta desde el punto de vista de la psicología social; para lograr comprender el objetivo de las variables psicográficas es necesario conocer la definición de psicología y psicología social. Según Valiñas (2009) la psicología es conocida como la ciencia que estudia la conducta humana y los procesos psíquicos como el pensamiento, la motivación, el lenguaje, la emoción, la percepción y el aprendizaje; así mismo, la psicología social es la rama encargada de estudiar la conducta del individuo en sociedad, de acuerdo a su interacción con los diferentes grupos sociales.

Las variables psicográficas analizadas durante el proceso de investigación para la generación de un perfil del consumidor se basan en las relaciones sociales que tiene el individuo, tales como:

- Grupos de referencia: Es el conjunto de personas que ejercen influencia en la conducta, valores y hábitos en la conducta de otro individuo, y es importante estudiarlos para entender el comportamiento de consumo del segmento. Para clasificar los grupos de referencia se manejan tres criterios explicados a continuación
- Personalidad: Este aspecto se determina con base en el tipo de actitudes que la persona demuestra a través del tiempo; el factor de personalidad se encuentra asociado a factores genéticos, por el aprendizaje y por la influencia del medio, como se sabe cada persona es diferente y su personalidad tiene características que la hacen distintiva, por lo tanto para realizar un estudio es necesario considerar algunos rasgos característicos sin que lleguen a representar una condición de medición o algo similar

- Cultura: Se refiere a una serie de conocimientos, creencias y tradiciones que un grupo de personas adquieren a través de sus años de vida.
- Motivo de compra: El motivo de compra es una de las variables más difíciles de definir, ya que se debe indagar el motivo por el cual lleva a la gente a realizar compras; para definir esta variable se presentan dos teorías, la primera es la Teoría de la Jerarquización de las necesidades de Maslow, en donde se afirma que todos los individuos adquieren un conjunto de motivos que tienen como finalidad satisfacer diversas necesidades de acuerdo a su importancia, las cuales son clasificadas en: fisiológicas, de seguridad, pertenencia, estima y autorrealización.

La segunda teoría hace referencia a los motivos de McGuire, en donde se desarrolló una teoría de motivos que resulta más útil desde el punto de vista de la mercadotecnia, ya que divide los motivos en dos grupos: internos o no sociales (consistencia, casualidad, categorización, aspectos, independencia y novedad) y externos o sociales (autoexpresión, afirmación, defensas del ego, refuerzo, afiliación y modelado).

Análisis y definición del mercado objetivo a través de las variables de segmentación

Es importante en el desarrollo de este capítulo comprender el proceso que se debe seguir para identificar aquellos segmentos o grupos de clientes a quienes se dirigirá la oferta planteada, teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores en el día a día, por esta razón es primordial definir el concepto de segmentación de mercado y de esta manera enlazarlo hacia los mercados turísticos, con el objetivo de desarrollar un producto turístico náutico que sea competitivo en el municipio de Gachalá y presentar la actual investigación como una herramienta para la comercialización del municipio como destino turístico náutico y cuna de la cultura cundinamarquesa.

La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en varios grupos más pequeños de compradores homogéneos con la finalidad de llevar a cabo estrategias comerciales y alcanzar los objetivos de la organización. (García & Sinclair, 2012). Aquellos grupos resultantes del proceso de segmentación se les denomina segmentos de mercado; este aspecto es fundamental en los procesos de investigación en donde se

busca definir los consumidores específicos para ofertar en el mercado un producto o servicio, ayudándole a conocer mejor el mercado y que de esta manera dichos productos y servicios satisfagan de una manera adecuada a los distintos segmentos de mercado a los que va a ir dirigida la oferta diseñada.

Las ventajas de la segmentación del mercado se enfocan en que la aplicación de la investigación disminuye la generación de un margen de error y el riesgo generado al momento de presentar un perfil del consumidor sin bases sólidas e información sesgada y recolectada de forma macro, en vez de realizar una micro segmentación dependiendo o enfocándose de las variables utilizadas en los modelos de identificación de segmentos.

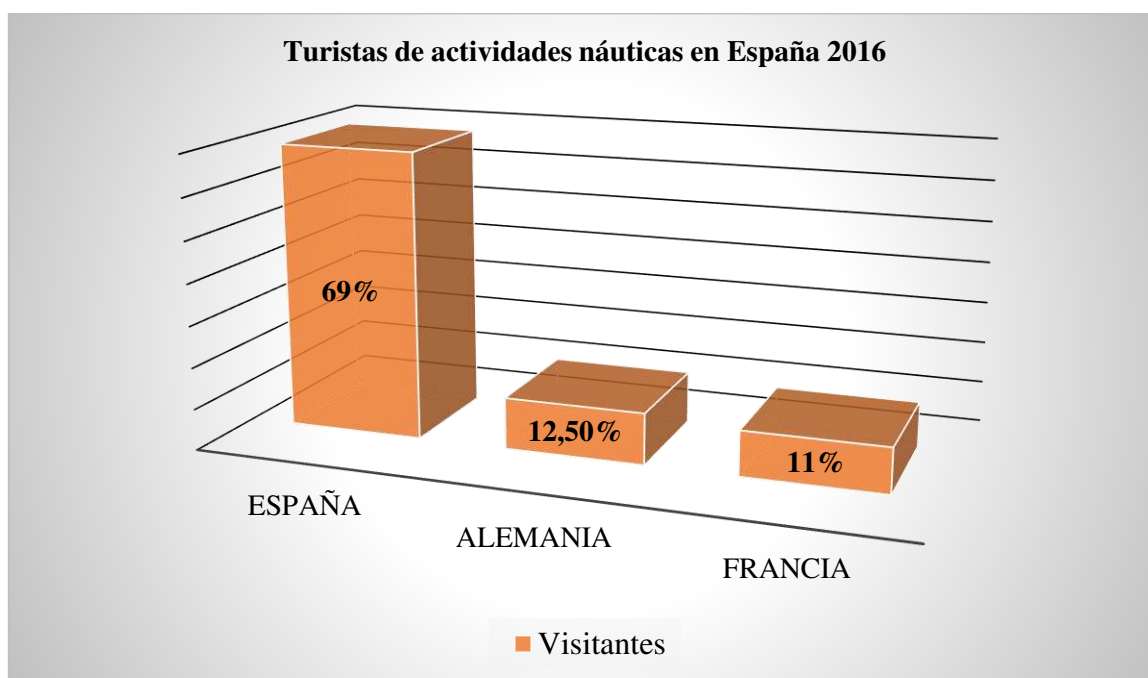
Ahora bien, es primordial hablar de la segmentación de mercados turísticos, ya que en la actualidad los destinos deben hacer significativos cambios en la demanda, ya que los consumidores poseen diferentes características, deseos y preferencias. Por esta razón se define que el mercado turístico es el punto de encuentro de las organizaciones en donde se ofrecen productos con características similares, pero con valores agregados que los hacen llamativos a los consumidores y que son la clave para que un producto turístico se consolide y sea reconocido en el sector turístico.

El objetivo fundamental de la segmentación de mercados turísticos es definir las características de un grupo específico de clientes para crear productos y servicios que satisfagan sus necesidades, para ellos se debe acondicionar la oferta a sus gustos y a sus posibilidades económicas, dando a conocer al mercado meta que la oferta es precisamente lo que necesitan. (García & Sinclair, 2012), de esta manera el objetivo principal es que el turista quede satisfecho y que de esta manera recomiende el producto o servicio turístico a sus conocidos y que a través de un simple sistema de promoción de a conocer el producto o servicio al mercado.

El producto turístico náutico es una tendencia de turismo que se ha consolidado en diversos países del continente Europeo, en donde los principales destinos son España, Grecia y Francia, siendo estos países pioneros en la investigación y publicación del consumo de la actividad náutica y la generación de perfiles de turismo en torno a los indicadores recibidos anualmente en los respectivos destinos. Según el portal español de noticias de turismo Hosteltour, se generó un informe el 16 de julio del año 2017 en donde se presentan las características de los turistas que utilizan la tipología de chárter náutico en España.

España es uno de los países que ha ganado terreno en la tendencia de disfrutar las vacaciones navegando en una embarcación de recreo alquilada, ya que los españoles son las personas que más navegan según datos recogidos por la plataforma Nautal entre los usuarios (Hosteltour, 2017). El informe expone que es una modalidad de vacaciones bastante accesible al presupuesto de los viajeros, ya sea para alquilar un barco o una lancha a motor si se pretende recorrer la zona; según Hosteltour, en el año 2016 75.000 usuarios alquilaron un barco con motivos turístico y con la motivación de realizar actividades náutica, así mismo se identificaron la procedencia de los turistas de la siguiente forma:

Gráfico 1: Turistas de actividades náuticas en España 2016



Nota: Creación propia. Gráfico construido a partir de los aportes de (Hosteltour, 2017)

Igualmente el informe presentado por Hosteltour se identifican que los turistas poseen preferencia por el tipo de nave: el 70% de ellos eligen barcos a motor-yate, lancha, catamarán²⁵, barco de pesca, mientras que un 30% de los turistas se inclinan por el uso de veleros. Finalizando con el informe se presenta que la mayoría de turistas que practican actividades náuticas son en su

²⁵El Catamarán es una embarcación o buque multi-casco con dos cascos paralelos de igual tamaño.

mayoría hombres con un 72% de participación, en donde tienden a navegar en grupo, el 75% con amigos o familia y el 8,5% navegan sólo en pareja (Hosteltour, 2017).

La mayor parte de los turistas que practican las actividades náuticas son por afición que es el principal motivo que los impulsa a la realización de las mismas, al igual otras razones son disfrutar el tiempo libre con la familia, los amigos y la pareja, practicar nuevos deportes para generar nuevas experiencias y conocer diferentes lugares.

El producto turístico náutico visto de forma internacional y especialmente en España ha desarrollado un convenio que persigue la potenciación del producto turístico náutico en el mercado británico, alemán, francés y ruso, en donde se desarrollarán acciones conjuntas de marketing para la promoción nacional e internacional de un producto turístico náutico llamado “Estaciones Náuticas”, este convenio de promoción persigue la mejora del posicionamiento de los destinos españoles en mercados internacionales y el apoyo de la comercialización de los mismos productos turísticos náuticos en el exterior (Asociación Española de Estaciones Náuticas, 2013).

El acuerdo incluye actividades relacionadas con la investigación de mercados, la difusión hacia diferentes públicos, el mantenimiento y actualización de los portales de promoción turística que se harán entre las entidades participantes del convenio que son: Turespaña y AEEN (Asociación Española de Estaciones Náuticas). Adicionalmente se apuesta por el turismo náutico permitiendo que España sea un destino náutico y mejore su posicionamiento en diferentes segmentos estratégicos en los que el país tiene poca relevancia y no son notorios, para que de esta manera se optimice las experiencias de los turistas y la oportunidad de captar diversos mercados a nivel global.

Las referencias anteriores en torno a la actividad turística náutica permiten realizar un acercamiento e identificar cómo son los turistas extranjeros en países como España, Alemania y Francia, y que actividades son las que más les gusta realizar, por ende en el trabajo de campo realizado se encontraron más turistas nacionales que extranjeros, sin embargo el proyecto se encuentra dirigido principalmente a turistas nacionales con espacios abiertos para la integración de turistas extranjeros motivados por factores utilizados para generar nuevas experiencias en lugares poco conocidos y explorados en Colombia.

Por esta razón la metodología que se utilizó para el diagnóstico del perfil de consumidor adecuado para el producto turístico náutico se realizó a través de un cruce de información en donde se realizaron dos entrevistas a la Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio), una entrevista a la Secretaria de Turismo de la Alcaldía Municipal, cuatro entrevistas a diferentes Prestadores de Servicios Turístico que se encuentran en el municipio de Gachalá y cinco entrevistas a turistas que llevan un periodo de tiempo frecuente en la asistencia a las actividades, fiestas y ferias que se presentan en la región; además se generaron un total de 30 sondeos de opinión con el propósito de generar un acercamiento a la perspectiva que poseen los turistas en torno a la actividad turística del municipio, los gustos y preferencias que tienen estos turistas y que esperan encontrar dentro de la oferta turística al momento de llegar al municipio de Gachalá.

La herramienta de investigación utilizada en este caso entrevistas y sondeos de opinión fueron validadas por la docente de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniana Giovanna Carolina Cárdenas el día treces de octubre del año 2017; el propósito principal de la generación de herramientas de investigación son analizar las variables de segmentación presentadas y expuestas anteriormente con el fin de generar el perfil del consumidor turístico adecuado para el producto turístico náutico en el municipio de Gachalá; las variables seleccionadas, analizadas y evaluadas en el trabajo de campo fueron las variables geográficas, demográficas y psicográficas en donde se lograron conocer características de los turistas en torno a tres ejes de trabajo y enfocarlos para el mercado objetivo para la generación de actividades turísticas en torno a la actividad náutica según los parámetros del perfil del turista náutico internacional y cómo se puede ver reflejado en el panorama turístico nacional.

Categoría de análisis geográfica y demográfica

Los resultados del análisis demográfico y geográfico en el municipio de Gachalá presentaron variables en torno a la región, actividades y quiénes son los turistas que visitan el municipio generando una introducción a la actividad turística y al flujo turístico que posee la región en las temporadas de ferias y fiestas que traen más afluencia de turistas al municipio, de lo cual se resalta:

El municipio de Gachalá catalogado como uno de los tesoros escondidos en Cundinamarca, acompañado de sus diversos paisajes, ecosistemas, flora y fauna y siendo el municipio que posee la mayor cantidad del Embalse del Guavio utilizado para la realización de ferias y fiestas que resaltan la belleza, cultura y tradición del municipio, acompañado de un clima ideal hacen que esta pequeña parte de la Región del Guavio sea un destino para realizar turismo náutico, tanto para turistas como para turistas extranjeros.

La oferta turística que posee el municipio de Gachalá (Anexo 1) se encuentra conformada por el turismo ecológico enfocado en recorridos turísticos por los ecosistemas presentes en la región, caminatas temáticas en torno a la agricultura y la producción de panela, frijol, café, esmeraldas, te, entre otras. Así mismo el municipio presenta la potencialidad de generación de otra tipología de turismo enfocada en las actividades náuticas y a la utilización de uno de los recursos más representativos de la región como lo es el agua representada en el Embalse del Guavio uno de los atractivos más llamativos e importantes no solo a nivel turístico, sino como una de las obras de ingeniería más grandes a nivel de Latinoamérica.



Ilustración 16: Municipio de Gachalá

Nota: Ilustración recuperada de Juntos Construimos Progreso (2017)

Gachalá es uno de los 8 municipios que conforman la Región del Guavio, un territorio reconocido por ser cuna de la cultura chibcha, zona geográfica caracterizada por su actividad agrícola y ganadera, además de ser la región representativa de la minería de piedras preciosas como las esmeraldas, destacando al municipio de Gachalá como el hogar de la esmeralda más grande del mundo “La Emilia”. En el sector turístico Gachalá a lo largo de los años junto a los entes gubernamentales y prestadores de servicios turísticos de la región han realizado análisis y proyecciones para el uso adecuado de los recursos naturales de la zona con un enfoque sostenible; en los recursos y atractivos de la zona por medio del trabajo de investigación realizado se destaca el Embalse del Guavio como una oportunidad para la generación de las actividades náuticas siguiendo un visión turística y buscando generar en el municipio la participación de los turistas dentro del turismo náutico en fechas diferentes a las del Festival Náutico (FestiGuavio), festividad destacada por la utilización y aprovechamiento del recurso hídrico para el ocio y recreación de turistas nacionales e internacionales, agregando un factor de empleo dentro del municipio en el sector de restauración y alojamiento.



Ilustración 17: Actividades náuticas durante el FestiGuavio 2017

Nota: Ilustración recuperada de Juntos Construimos Progreso (2017)

Con el fin de validar la percepción de los entrevistados en torno a la actividad turística en la zona, especialmente el turismo náutico, sé interrogo a todos los turistas sobre cuál era el factor faltante o que se debe implementar en el municipio para consolidar la actividad náutica en Gachalá (Anexo 1); en donde el cruce de variables demuestra que el 20% de los entrevistados señalan la falta de promoción turística de la Región del Guavio, especialmente el municipio de Gachalá, ya que a pesar de poseer una diversidad de flora y fauna capaz de cumplir las expectativas de los visitantes no se cuenta con organizaciones ni entidades que se encarguen de presentar la oferta turística que posee el municipio: así mismo otros de los factores destacados con un 20% de respuesta es el deterioro parcial de las vías de comunicación del municipio de Gachalá, ya que el medio de transporte terrestre es la única forma de acceso al municipio y las dos vías para llegar al mismo se encuentran deterioradas en algunas zonas lo que genera que un viaje de aproximadamente tres a cuatro horas se extienda alrededor de seis o siete horas, generando que los visitantes en algunas ocasiones prefieran no viajar o arriban al municipio agotados y con pocas energías para realizar actividades turísticas en las fechas de ferias y fiestas náuticas.



Ilustración 18: Túnel entrada Gachalá vía Gama

Nota: Creación propia

Otro de los resultados señalados en el análisis de los datos presentados en torno a la perspectiva del municipio de Gachalá es la poca inversión generada a través del consejo municipal por mejorar e invertir en proyectos en pro del turismo que le permitan generar beneficios económicos para la misma comunidad, así como la falta de liderazgo de entes capacitados en los conocimientos turísticos y hoteleros para ofrecer al consumidor productos y servicios de calidad a un precio moderado, ya que el nivel económico de la región no es muy alto y los visitantes no están dispuestos a pagar precios elevados por servicios regulares. Así mismo otro de los factores señalados es la baja motivación que se presenta en la región en torno a las personas que trabajan en el sector turístico, ya que se encuentran desmotivados por la poca afluencia de turistas en el municipio y por la baja ayuda que reciben por parte de los entes gubernamentales.

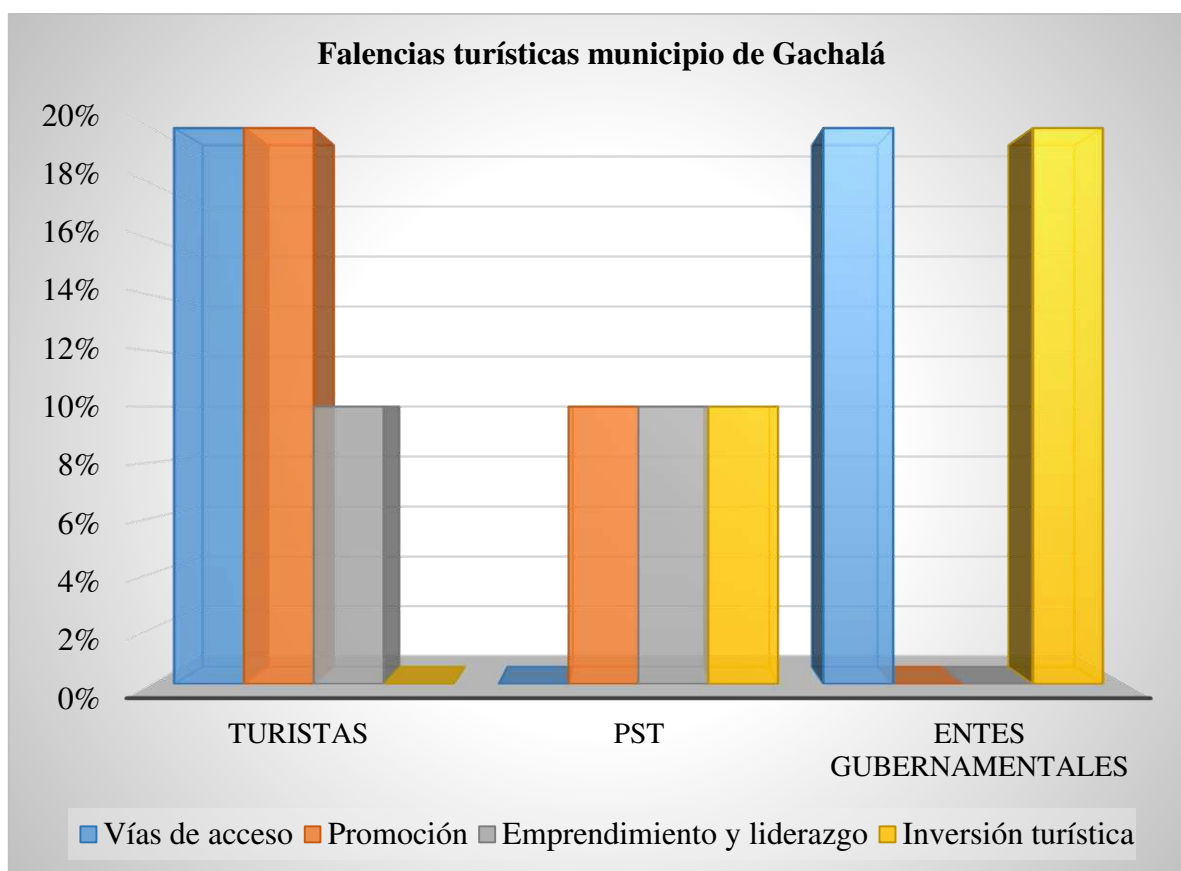
De acuerdo con las entrevistas realizadas a los entes gubernamentales del municipio de Gachalá, la coordinadora de turismo de la alcaldía del municipio nos permitió evidenciar que la actividad náutica en la Represa del Guavio actualmente es baja, pues primero se quiere cumplir con la normatividad correspondiente impuesta por el Ministerio de Transporte para poder realizar distintas actividades náuticas en la represa cumpliendo los estándares establecidos. También se comprobó que, aunque ahora no hay un turismo náutico activo, hubo un tiempo en el que si había un buen desarrollo del mismo pero por las condiciones climáticas, ocasionan que la Represa baje su nivel y esto no permite realizar actividades.

Según el ingeniero forestal de la entidad CorpoGuavio la actividad náutica en el municipio se ha venido desarrollando desde 1995, pero como tal el Festival Náutico comenzó en el año 1999 y desde ese año los principales participantes son las personas de la región los cuales realizan distintas competencias y ayudan a impulsar la belleza de la represa y las prácticas deportivas como ayuda para integrar a la comunidad en actividades de esparcimiento. Cada una de las administraciones municipales que ha tenido el municipio de Gachalá han trabajado en sus Planes de Desarrollo Municipal el tema de turismo, incluso hay un plan de desarrollo turístico municipal y aunque han habido varios esfuerzos para impulsarlo más y cumplir todas las expectativas tanto de la comunidad como de los demás visitantes, el tema de Festival Náutico es el principal impulsor de turismo del municipio, pues esta festividad es la que reúne mayor afluencia de personas.

De la información obtenida por parte de los entes gubernamentales se puede apreciar que las principales falencias que presenta el municipio de Gachalá es que a comparación de los demás municipios es un poco más alejado y presenta difícil acceso, lo que ocasiona que las personas no quieran ir con frecuencia al municipio.

Otra de las falencias encontradas es que aunque el municipio quiere impulsar el turismo náutico por medio de la Represa del Guavio, esto es imposible debido a que no se cuenta con la inversión ni propia ni de externa para realizar la compra de los implementos necesarios para las mismas como: lanchas, motos acuáticas, veleros, etc. Esto genera que sea difícil la implementación permanente de actividades náuticas en la repesa.

Gráfico 2: Falencias Turísticas Municipio de Gachalá



Nota: Creación propia

De lo anterior podemos concluir que el municipio de Gachalá presenta un gran potencial en torno al turismo en distintos aspectos como lo son las esmeraldas, la naturaleza, y el más importante para nuestro proyecto el de realizar actividades náuticas con un enfoque sostenible. También se evidencio que cuentan con un nivel medio de turistas que visitan el municipio en cualquier época del año, más que todo en el mes de Octubre y en Diciembre por las fiestas de Gachalá, pero les hace falta mayor sensibilización a los prestadores de servicios turísticos para que estos generen iniciativas en cuanto a la apropiación en el tema de gastronomía, hotelería, turismo. Aunque manejan canales de comunicación actuales para dar a promocionar el turismo de Gachalá, creo que les hace falta más publicidad y promoción, pues de esta manera podrían dar a conocer más el municipio de Gachalá y de esta manera fomentar el turismo en todas las épocas del año, generando un mayor flujo de turistas a la región.

Cabe resaltar que primero se tendría que mirar cómo mejorar las vías de acceso al municipio, pues por más que se genere promoción turística, si no se arreglan un poco las vías no van a volver los turistas que vayan por primera vez al municipio.

En el análisis de las entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos se identificaron los servicios que se pueden localizar en el territorio de Gachalá (Anexo 1) según la demanda presentada en las fechas turísticas del municipio en torno a la actividad náutica, siendo estas fechas en el mes de octubre. Para identificar las actividades que realizan los turistas se planteó la pregunta ¿Qué actividades náuticas desarrollan en el embalse del Guavio en el municipio de Gachalá? a lo cual se generó el siguiente resultado:

Tabla 10: Actividades náuticas en el Embalse del Guavio

Prestador de Servicios Turísticos	Actividades Náuticas
Mirador Los Monolitos de Guatavita (Estela Garzón Martín)	Moto-jetski Lancha a motor
Club “Rompe Olas” (James Sneider Bejarano)	Kayak Moto náutica Esquí Canotaje Natación

Prestador de Servicios Turísticos	Actividades Náuticas
	Canoa tradicional Pesca
CorGachalá (Vidal Alejandro Carrillo)	La organización no implementa actividades náuticas en sus productos y servicios, sin embargo, prestan ayuda en el FestiGuavio en las actividades de: Canotaje Esquí náutico Esquí Pesca
Festival Náutico “FestiGuavio 2017”	Travesía náutica Duatlón por relevos Esquí Motonáutica Canotaje Volley en arena Parasailing Pesca tradicional Gran desafío Gachalá 2017 Desfile de carrosas

Nota: Creación propia

De los datos recolectados a través del trabajo de campo se evidencia que en el municipio de Gachalá para las fechas del Festival Náutico se genera una gran oferta de actividades náuticas, las cuales captan la atención de los turistas por la experiencia única que genera en un ecosistema y paisajes que no se encuentran en otra región de Cundinamarca; unos de las actividades más practicadas en el Embalse es el Kayak, ya que el municipio cuenta con un club deportivo “Rompe Olas” (Anexo 1) en donde de manera gratuita los niños, jóvenes y adolescentes

gachalunos pueden practicar este deporte y formarse para competencias de nivel regional, nacional e internacional. Para los turistas el club deportivo se encarga de generar paquetes de enseñanza en torno al deporte de Kayak y de los principios básicos del mismo, acompañados de los practicantes e instructores de la región.

Por otro lado uno de los Prestadores de Servicios Turísticos frecuentes durante el FestiGuavio es la empresa Mirador Los Monolitos de Guatavita que a pesar de no tener sus oficinas dentro del municipio, sino de procedencia del municipio de Guatavita es una de las entidades que está más capacitada en la prestación de servicios y que cuenta con el material suficiente para la realización de la actividad náutica; con un aproximado de cuatro años de participación en el Festival la organización es invitada por parte de la alcaldía para ofertar sus servicios dentro del municipio, ya que cumplen con los reglamentos y la normatividad para la ejecución de actividades náuticas en el Embalse del Guavio.



Ilustración 19: Actividad Náutica – Motonáutica

Nota: Ilustración recuperada de Juntos Construimos Progreso (2017)

A pesar de que el Prestador de Servicio Turístico CorGachalá no maneja servicios de actividades náuticas dentro de su portafolio de servicios, si apoya a otras entidades en la realización de actividades náuticas durante los días del Festival Náutico, adicionando los servicios de caminadas ecológicas, servicios de guianza, avistamiento de aves y observación de flora y fauna por medio de actividades extremas como el Parasailing y parapente; una de las actividades más demandadas por turistas ya que genera en el visitante la oportunidad de conocer el municipio de Gachalá desde otra perspectiva, acompañado en todo momento de instructores capacitados no sólo en la actividad sino en la información turística del municipio.



Ilustración 20: Parapente municipio de Gachalá – CorGachalá

Fuente: Ilustración recuperada de Corporación Ecoturística CorGachalá (2017)

En lo que respecta al análisis de los servicios que los turistas desean encontrar en el municipio de Gachalá evidenciamos al realizar las entrevistas que los turistas que visitan frecuentemente el municipio demandan pocas veces los servicios de actividades náuticas en otras fechas distintas al festival, pues se logró ver que en el festival es cuando realizan actividades distintas a las lanchas

que son las que transportan a la personas de las veredas o municipios aledaños por medio de la represa.

Ya en las actividades náuticas que se realizan en la Represa del Guavio la mayoría de las personas que asistieron al festival solo montaron en lancha, y otras solo se dedicaron a la observación de la represa pues por miedo al agua o por las condiciones climáticas no realizaron ninguna actividad náutica.

Cuando se le pregunto a los turistas que es lo que esperan recibir al momento de adquirir un producto turístico enfocado en la actividad náutica en el Embalse del Guavio habían personas que no sabían que era un producto turístico como tal, por lo que se les hacia la debida explicación y se evidenciaron respuestas distintas entre los cinco turistas, pues algunos quieren algo económico, que sea innovador que incluya todo lo respectivo a actividades náuticas extremas en el Embalse, recorridos para conocer la fauna y flora del lugar, el avistamiento de aves y que incluya alimentación, hospedaje y demás servicios complementarios.

Según la entrevista realizada al representante de CorpoGuavio la actividad náutica tiene un nivel de importancia alto, pues a partir del proyecto regional de la Ruta del Agua se ha impulsado la riqueza hídrica no solo del municipio sino de la región, pues las personas que visitan el municipio les parece muy hermosa la represa por la calidad del agua, para desarrollar actividades náuticas u otro tipo de actividades relacionadas.

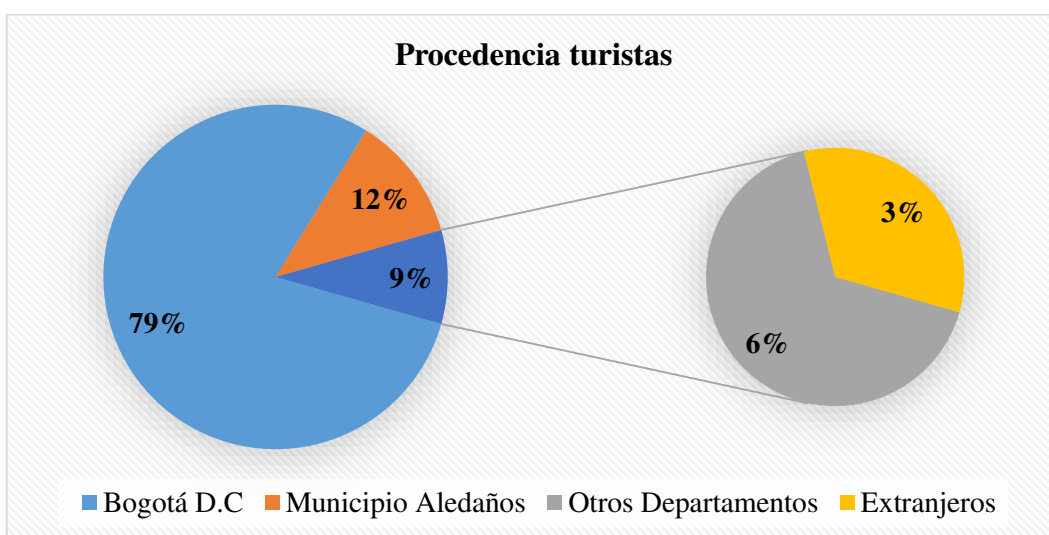
Los proyectos que se han llevado a cabo para impulsar el turismo en el municipio de Gachalá son varios, entre los que se encuentra el impulsar el tema del Festival Náutico, trabajar en el tema de Canopy, pero nunca se ha podido consolidar de manera estable un proyecto que se encargue de cumplir con las expectativas de los turistas para que estos visiten el municipio en cualquier época del año y no solo en época de ferias y fiestas.

Como tal la experiencia que obtiene la gente con el Festival Náutico, se considera el factor que le llama más la atención al turista pues este tipo de actividades tienen como fin el dar a conocer a la gente todas las potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio, desarrollar actividades de esparcimiento, disfrutar de las ferias y fiestas y sobre todo pasar un rato agradable en un municipio rodeado de tanta naturaleza y riqueza hídrica como lo es el municipio de Gachalá.

Según CorpoGuavio el tipo de turista que visita el municipio de Gachalá, la mayoría son de la región y los demás son residentes, tomando como residentes a personas que se han ido del municipio y de los municipios aledaños, y que cuando hay algún tipo de festividad o actividades regresan por las fechas especiales que se celebren. También se encuentran turistas internacionales, los cuales visitan el municipio por el proyecto de la Ruta del Agua. La procedencia de los turistas es en su mayoría de la región del Guavio como tal y visitantes de la capital de Colombia que se acercan a la región por conocer el Embalse, ese sería el público objetivo que se atiende en cuanto a la demanda turística del municipio.

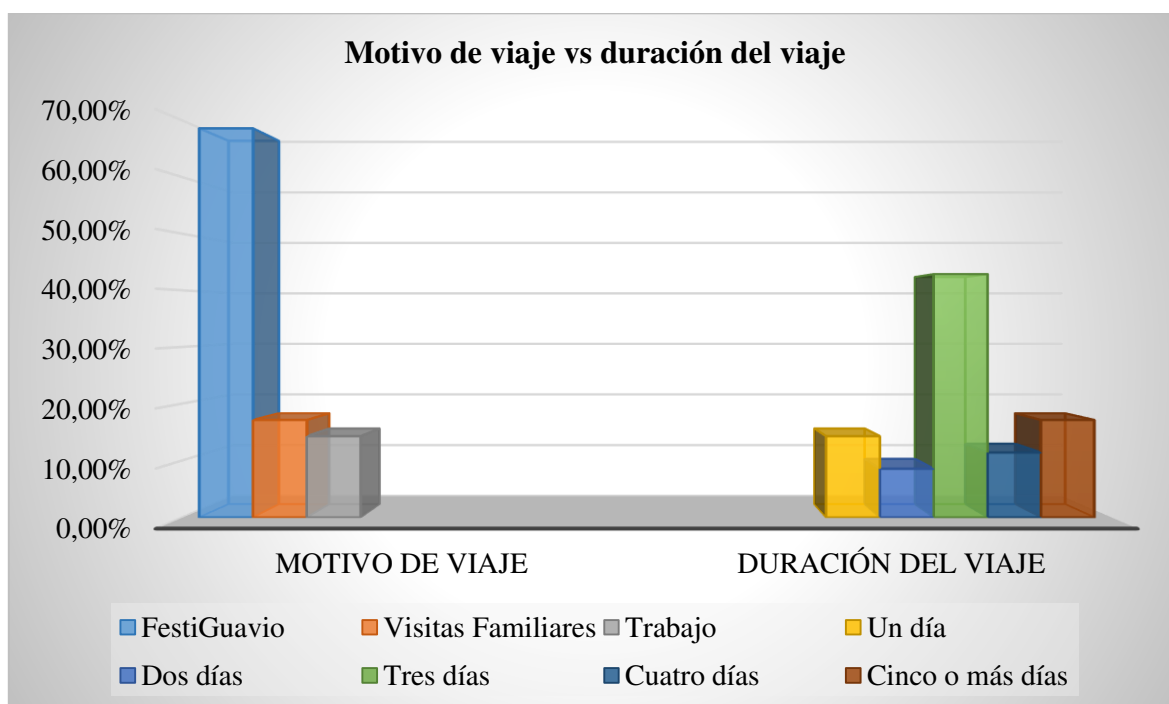
En lo que respecta al análisis de los turistas la mayoría de los turistas que visitan el municipio de Gachalá son procedentes de la ciudad de Bogotá según como lo muestra el Anexo 1 y 2, pues según las entrevistas realizadas pudimos observar el 79% de la muestra utilizada tienen como lugar de residencia la ciudad de Bogotá, seguidos del 12% radicados en municipios pertenecientes al departamento de Cundinamarca (Gama, Ubalá, Nemocón y Zipaquirá); así mismo en el cruce de variables se identificó un total del 6% de visitantes provenientes de otros departamentos del territorio colombiano y sólo el 3% es proveniente del exterior pues era un muchacho de nacionalidad ecuatoriana que iba a Gachalá todos los años por el festival a ayudar al señor Wilmer Amaya (Subdirector comercial CorGachalá) a impulsar el turismo en el municipio en esta festividad.

Gráfico 3: Análisis procedencia turistas



Nota: Creación propia

Gráfico 4: Motivo de viaje y duración del viaje



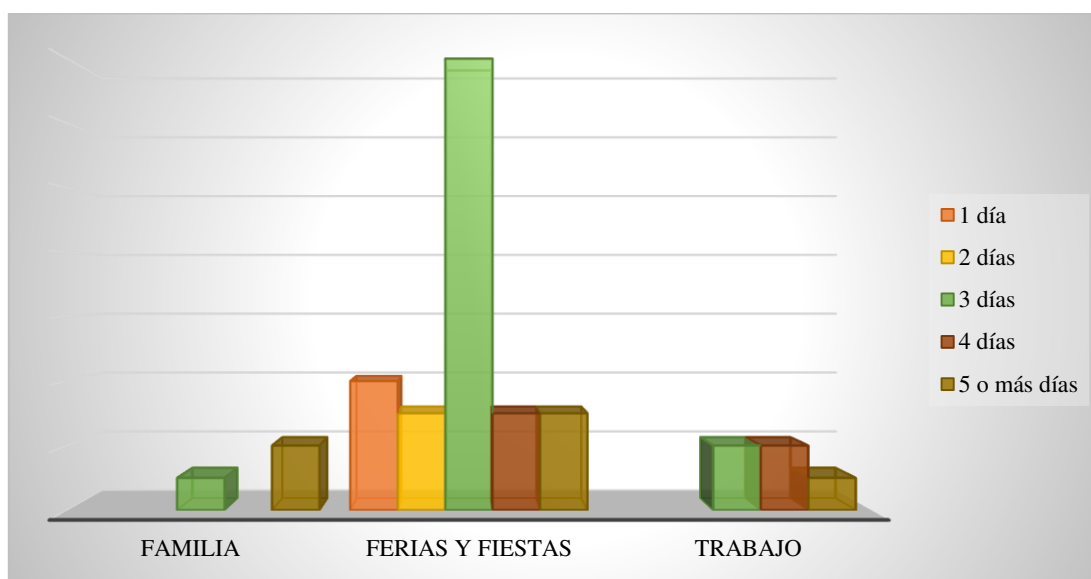
Nota: Creación propia

Como se podrá evidenciar en el Anexo 1 y 2 el motivo de viaje de los turistas se encontraba dividido entre la asistencia a la celebración del Festival Náutico con una participación del 68,57% de la muestra entrevistada, por asuntos laborales con un total de 14,28% de respuesta y por ende su estadía iba a ser más prolongada que las fechas de las celebración del FestiGuavio y finalmente se presenta un tercer motivo de viaje el cual es el reencuentro con parientes oriundos de Gachalá con un porcentaje de muestra del 17,14%.

Igualmente los visitantes cuyo motivo son las ferias y fiestas argumentan en su mayoría asisten de forma regular al Festival por tradición y de paso aprovechan para visitar a sus familiares y alejarse un poco de todo el caos de la ciudad por un fin de semana, igualmente se presentaron visitantes que expresaban estar en su primera visita a Gachalá, puesto que no conocían el municipio por lo que su motivo de viaje sería el conocer como tal el municipio y de paso disfrutar del Festival Náutico 2017, la información recolectada será representada en un gráfico realizando un cruce junto a la variable de periodo de duración del viaje.

En lo que respecta a la duración del viaje 14,28% de las personas entrevistadas presentan una duración de un solo día de estancia en el municipio, seguido del 8,57% de visitantes los cuales suelen quedarse dos días en el municipio siendo el sábado y el domingo los días más frecuentados; igualmente el 42,85% de los turistas indicaron que su estadía en el municipio consta de un total de tres días empezando comúnmente el día sábado hasta el día lunes, para la duración de cuatro días se presenta un total de 11,42% de la muestra las cuales suelen arribar al municipio el día viernes en horas de la tarde o noche. Finalmente se presenta un total de 17,14% de visitantes los cuales suelen quedarse alrededor de cinco o más días en donde su motivo de viaje radica principalmente en factores laborales.

Gráfico 5: Tabla dinámica Motivo de viaje vs Duración

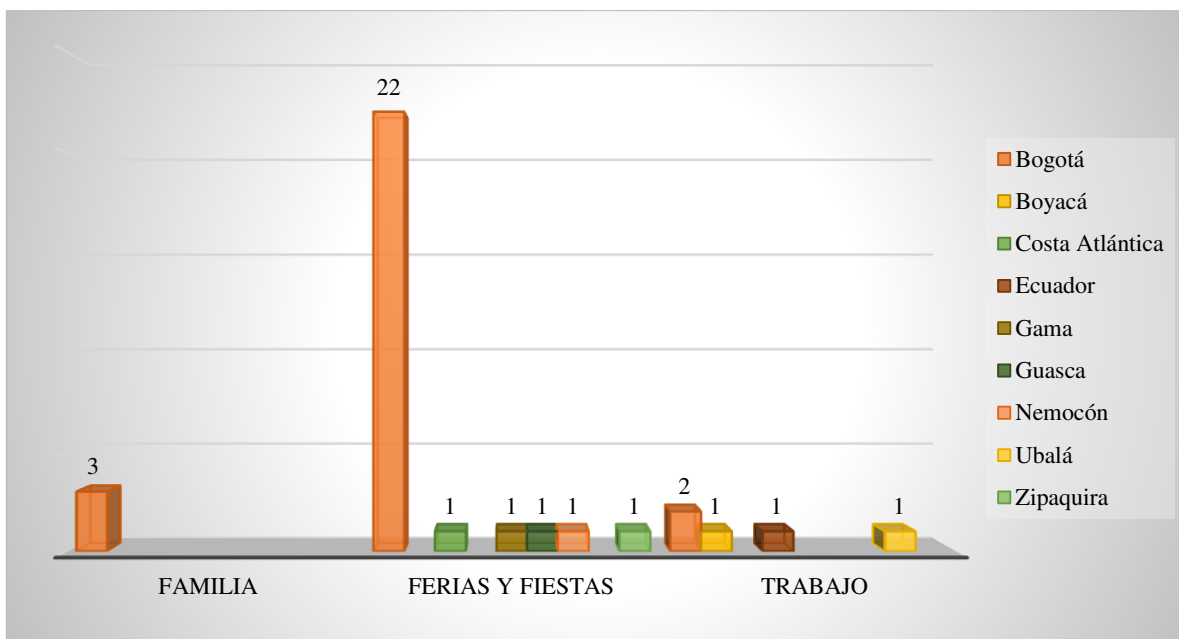


Fuente: Creación propia

Del cruce de variables se puede destacar que el porcentaje de entrevistados cuya duración en el municipio era de tres días aproximadamente presentaba como motivación principal la participación a las ferias y fiestas en el municipio, seguido de factores laborales los cuales estaban relacionados con el festival náutico en torno a venta de alimentos y bebidas; para el segmento cuyo motivo de viaje indicó que tenía familia en Gachalá y se disponían a realizar una visita al municipio su estancia en el mismo era alrededor de cinco o más días; agregando además

de esto que también deseaban ser parte del Festival Náutico como tradición implantada durante los viajes al municipio.

Gráfico 6: Tabla dinámica Procedencia vs Motivo de viaje



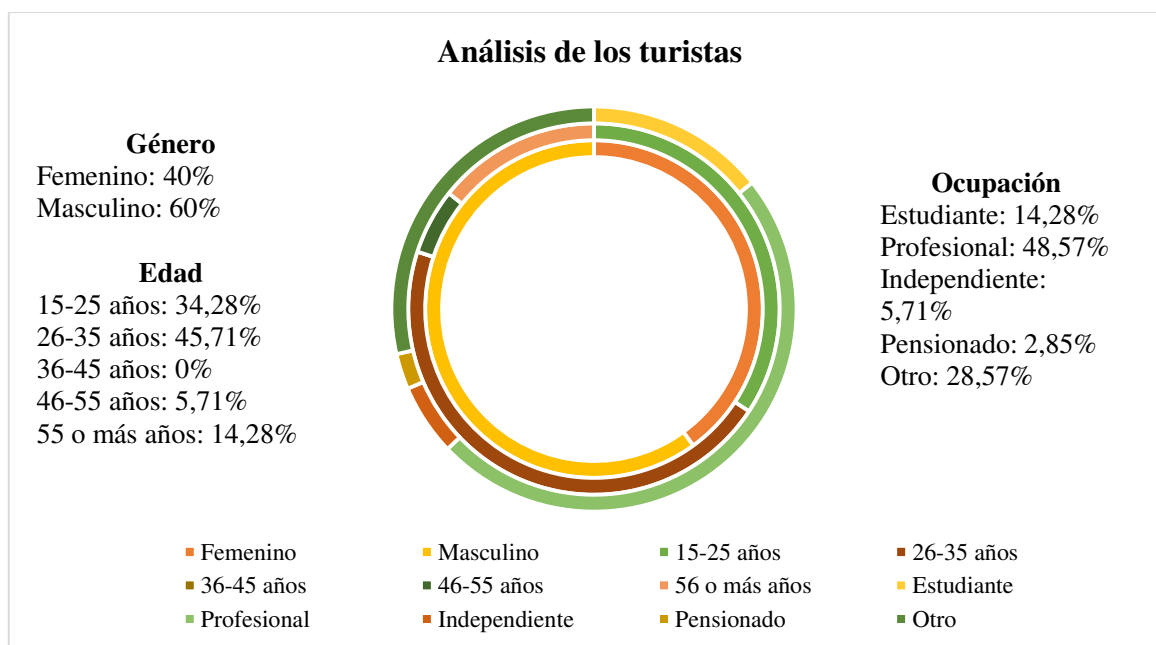
Fuente: Creación propia

Durante el proceso de análisis de datos se evidenció que de la muestra entrevistada el rango destacando de procedencia es de la ciudad de Bogotá en donde el motivo de viaje radicaba principalmente en la asistencia al evento conocido como Festival Náutico “FestiGuavio”, continuando con factores como visitas a parientes y familiares oriundos de Gachalá y finalmente se presentan factores de índole laboral en donde un pequeño porcentaje del grupo seleccionado y entrevistado argumentó su estancia en el municipio ya sea por trabajos relacionados con el FestiGuavio en torno a la asistencia técnica, mano de obra, alimentos y bebidas, entre otros. Igualmente se presenta un segmento de la muestra que hace referencia a la participación en las ferias y fiestas cuya procedencia abarca municipios del departamento de Cundinamarca, estos mismos lugares de procedencia hacían relación con actividades del Festival Náutico y con el Reinado Departamental del Agua realizado en el marco del FestiGuavio. Finalizando con el cruce de las dos variables se destaca la participación de turistas oriundos de otras zonas del territorio colombiano tales como Boyacá y la zona Atlántica, así como el reconocimiento de

turistas extranjeros principalmente de países latinoamericanos como Ecuador, Chile y Argentina, según datos expresados por los Prestadores de Servicios Turísticos reconocidos durante el festival, estos turistas tenían como principal motivo de viaje la participación en deportes extremos dentro del Embalse del Guavio y también por factores laborales en torno a la promoción turística con alianzas con PST de la región.

Continuando con el análisis de las variables en lo que respecta al ítem de género en ambas entrevistas se evidencio que fueron más hombres que mujeres las personas entrevistadas en el fin de semana del Festival Náutico; las personas entrevistadas presentaron que los hombres con un porcentaje de 60% suelen sentirse más atraídos en torno a las actividades náuticas; haciendo asimilación a que el 40% restante fueron mujeres a las cuales se les realizo las entrevistas obteniendo un porcentaje del segmento de género para hombres 100% en el área de turistas frecuentes en el municipio y un porcentaje de 53,3% en el área de sondeos de opinión. En la siguiente grafica se podrá observar la relación que se tiene entre los turistas y las personas a las que se les realizo el sondeo de opinión respecto a las variables mencionadas anteriormente. Para el grafico se tomaran en cuenta factores destacados y evaluados anteriormente como lo fueron género, y variables a hacer analizadas y evaluadas a continuación, tales como ocupación y edad.

Gráfico 7: Análisis variables género, edad y ocupación



Fuente: Creación propia

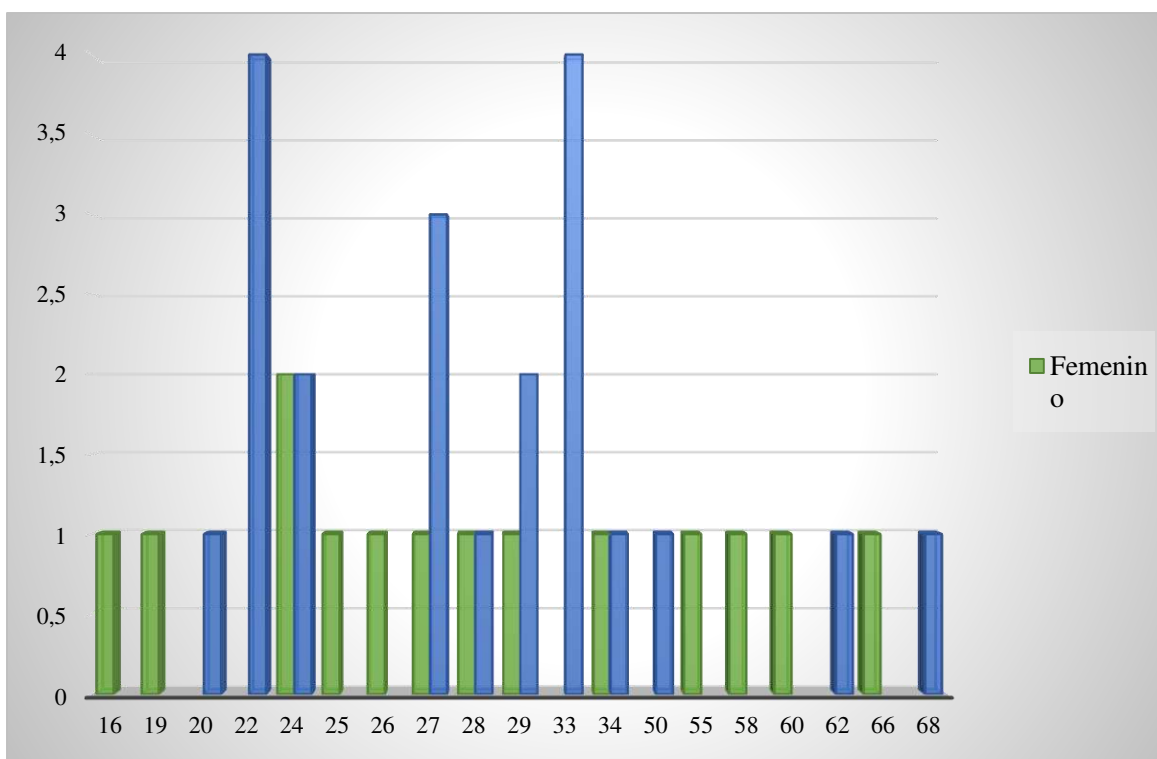
En las edades de las personas entrevistadas se observa un rango de edad ubicado entre los 15 hasta los 68 años aproximadamente, generando un categoría de edad en donde se presenta que el porcentaje mayor entre los entrevistados fue de 45,71% el cual hace referencia al segmento de edad entre los 26 a 25 años; seguido del rango de edad entre los 15 a los 25 años con un total de 34,28% de la muestra utilizada; así mismo se presentó un total de 5,71% turistas los cuales se encuentran ubicados en un segmento de edad entre los 46 a los 55 años y finalmente con un 14,28% se presenta en la muestra entrevistada un categoría de edad entre los 56 años en adelante. Esto relacionado con lo que las personas de las entidades gubernamentales y los prestadores de servicios turísticos expusieron sobre el rango de edad que poseen los turistas que adquieren los servicios que ellos prestan; el cruce de variables muestra que las diferentes tipologías de turismo ofrecidas en Gachalá pueden ser adquiridas por diversos segmentos de mercado sin importar la edad que posean, desde el más pequeño hasta el más grande puede ir al municipio a disfrutar de las diferentes opciones de turismo que se ofrecen; a continuación se presenta una tabla de análisis de las edades manejadas dentro de los segmentos de mercado de los Prestadores de Servicios Turísticos del municipio:

Tabla 11. Rango de edad de los turistas según PST y entes gubernamentales

PST/ENTES GUBERNAMENTALES	SEGMENTO DE EDAD DE LOS TURISTAS
Club Rompe Olas	Actividades náuticas personas entre los 18 a los 33 años, para caminatas ecológicas se presenta un rango entre los 38 en adelante.
Mirador Los Monolitos de Guatavita	Personas mayores de 18 años hasta 40 a 45 años.
CorGachalá	Dependiendo del paquete turístico ofrecido varían los rangos de edades: Rutas ecológicas turistas entre los 8 a 15 años, deportes o actividades extremas mayores de edad hasta 35 años aproximadamente y paquetes con actividades de relajación de 40 años en adelante

Fuente: Creación Propia

Gráfico 8: Tabla dinámica Género vs Edad



Fuente: Creación propia

Uno de las variables utilizadas en el análisis demográfico fue el cruce de información entre género y edad, en donde como se presentaba anteriormente en la muestra utilizada el segmento masculino predominaba sobre el femenino, el rango de edad que más predominancia entre hombres se presenta entre los 26 a los 35 años de edad con un total de 11 entrevistados entre los sondeos de opinión y las encuestas de los turistas frecuentes en el municipio, destacando como información importante que los tres turistas utilizados como fuentes principales en el cruce de variables también hacen parte del segmento masculino. Así mismo evaluando la información obtenida por medio de los PST y los entes gubernamentales durante las fechas del Festival Náutico se presenta que el rango de edad que suele demandar más servicios en torno a la actividad náutica en fechas del FestiGuavio y deportes extremos en fechas diferentes se encuentran entre los 22 hasta los 30 años aproximadamente.

La ocupación de las personas que visitan el municipio de Gachalá es muy variada, esto debido a que las personas que asisten al municipio por motivo del Festival Náutico vienen de distintas

partes de la región y de la capital. Por tal motivo se debe tener en cuenta las distintas ocupaciones de las personas para poder ofrecer un producto que cumpla con las expectativas de todos los visitantes de Gachalá.

Entre la población entrevistada se encontró que el 48.57% de los asistentes al festival son personas profesionales las cuales viajan por motivos de ocio y esparcimiento, seguido por un 14,28% los cuales son estudiantes de distintas carreras ya sea de modo profesional o tecnólogo, el 5.78% son personas independientes, el 2.85% pertenece a personas pensionadas y el 28.57% restante hace referencia al rubro otros entre los cuales se encuentran distintas ocupaciones por parte de las turistas y visitantes del municipio de Gachalá.

Se determinó que aunque muchas personas visitan el municipio de Gachalá, los más interesados son los estudiantes, pues estos vienen al municipio por razones educativas y de aprendizaje como lo son estudiantes de geología, arqueología por las minas de esmeraldas y espeleología por las cuevas. Esto demuestra que el municipio tiene mucho potencial por explotar todavía no solo en la parte de turismo, sino en la parte educativa y ecológica pues cuenta con muchos atractivos que lo hacen un lugar único de visitar en la región del Guavio.

Se puede concluir que del análisis de la geografía y demografía obtenida por medio de las entrevistas y sondeos de opinión realizados lo que se pretendía con la información anterior es dar a conocer a las personas como queremos segmentar el proyecto para de esta manera establecer hacia donde debemos enfocarnos, pues al delimitar y conocer mejor nuestro mercado objetivo podemos implementar de la mejor manera posible un producto turístico náutico que sea innovador, creativo, único, pero lo más importante que cumpla y satisfaga las necesidades tanto de los gachalunos como de los turistas y visitantes.

Categoría de análisis psicográfica

En el trabajo de campo se identificaron para esta variable factores como preferencias, gustos y estilo de vida de los turistas, para que de esta manera junto con las variables anteriormente analizadas se pueda desarrollar el perfil del turista náutico. Para esta categoría de variable se

enfocó en torno al sondeo de opinión y la entrevista validado por la docente de la Universitaria Agustiniense de hotelería y turismo Giovanna Carolina Cárdenas el día 13 de octubre del año 2017, junto a el cruce de variables realizado a través de tres entrevistas a fuentes principales como lo son entes gubernamentales, prestadores de servicios turísticos y turistas regulares en las festividades de la región y recomendados y conocidos por los prestadores de servicios turísticos por su adquisición frecuente en los servicios que se presentan en el municipio de Gachalá.

Este tipo de variables describen las características y las respuestas de un individuo hacia el medio ambiente, es decir, como se comporta a factores que le generan agresividad o positivismo, resistencia o disposición a realizar cambios, necesidad de lograr experiencias nuevas a través de la actividad turística. Los diferentes estilos de vida de las personas marcan diversas actitudes de acuerdo a los estímulos cotidianos de la apariencia física, como también del consumo de productos y servicios que el consumidor desea adquirir (Klainer, 2013).

Para definir la variable es necesario saber quiénes son los turistas, que productos o servicios turísticos adquieren regularmente, que buscan al momento de comprar, cuáles son esas necesidades que desean satisfacer, en qué momento requieren la utilización de los productos y servicios turísticos, y lo más importante es como ese producto y servicio turístico va hacer sentir a los turistas que no se equivocaron al momento de tomar la decisión de compra del mismo. Por esta razón los compradores se dividen de la siguiente manera:

- **Estilo de Vida:** Es importante definir el estilo de vida que manejan los turistas, para que de esta manera se apunte al mercado objetivo; los bienes que las personas consumen definen en gran parte su estilo de vida, es una combinación de aspectos internos y externos del individuo, analizando la cultura, la clase social y los grupos de referencia en donde la persona se desenvuelve, y cuál es esa percepción, motivación y formas de aprendizaje que impulsan al turista a adquirir productos y servicios en el sector turístico.
- **Personalidad:** Son todos aquellos rasgos y características que definen la conducta del individuo, establece un patrón estable en la forma en cómo piensan, actúan y sienten los turistas, pero sin embargo esta semi-variable es muy cambiante, ya que la personalidad en los seres humanos es un comportamiento que es difícil de interpretar.
- **Valores:** Son todas aquellas creencias y convicciones que hacen parte del individuo, son más profundos que las conductas y actitudes, ayudando a determinar a largo plazo las decisiones

y deseos de los turistas. Es un aspecto que entrega información más completa para definir el segmento de mercado, ya que entra a profundidad en la razón de ser del consumidor, y de esta manera ofertarle productos y servicios que estén acorde a sus necesidades y gustos en particular.

Esta variable permite identificar un poco más a fondo al turista, tratar de conocer sus gustos y preferencias y un poco acerca de cómo es su personalidad, de entender cómo piensa, cual es el motivo que lo impulsa a comprar, así como las expectativas que pueda tener acerca del producto o servicio que se desea ofertar; de ello se parte para la complementar el perfil del turista, enfocándolo más al tema de investigación y reduciendo esfuerzos que se encuentren mal enfocados y desperdiciar los diferentes recursos (Klainer, 2013).

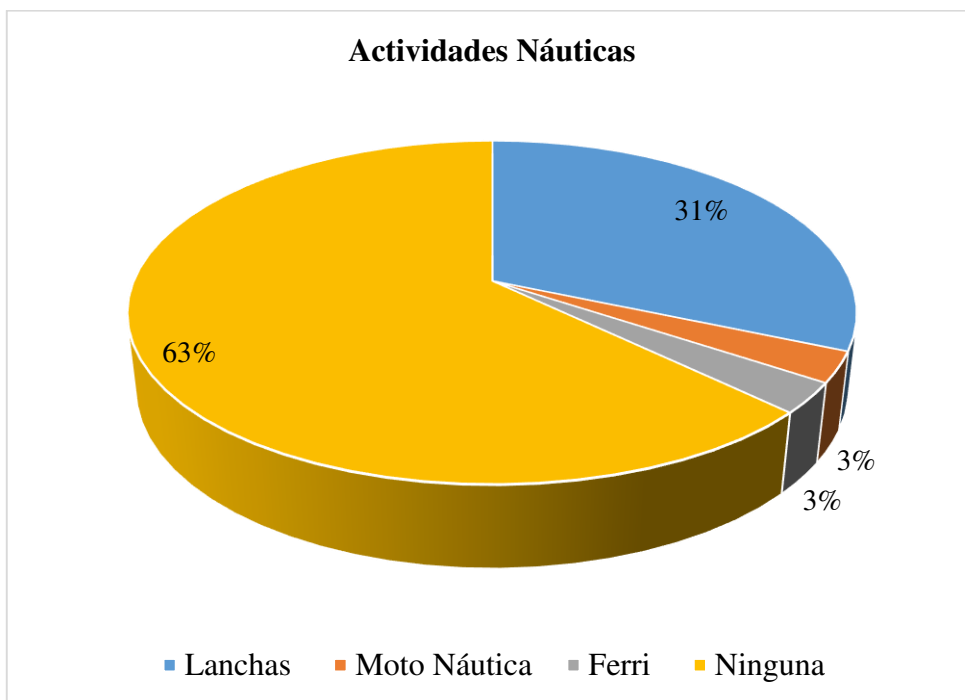
Al entender esta variable, se les puede brindar a los consumidores tanto reales como potenciales un mejor producto o servicio, permitiendo crear un ambiente de lealtad y dándole más posicionamiento a la marca que se está ofertando, y de esta manera contribuir a generación de ideas, desarrollando programas e investigaciones efectivas que permitan darle un valor agregado a lo que se le está ofreciendo al turista.

En el proceso de caracterización de las variables geográficas y demográficas se presentaron los resultados obtenidos en torno a los datos relevantes de la muestra utilizada tales como edad, procedencia, duración y motivo del viaje, así como una percepción a los servicios que eran adquiridos y presentados a los turistas en el municipio de Gachalá sumado a las perspectivas que poseen frente a la región, realizando un enlace de información entre el turista, los Prestadores de Servicios Turísticos y los entes gubernamentales con el objetivo de lograr obtener los primeros fragmentos de información que pueden identificar el target para el producto turístico.

Se inicia el análisis en torno a las actividades turísticas que son demandadas en mayor parte por los turistas visitantes del municipio de Gachalá durante las fechas del Festival Náutico; al momento de relacionar las respuestas dadas por los turistas frecuentes en las festividades y las personas a las que se les realizó el sondeo de opinión, se pudo evidenciar que la actividad que más realizaron los turistas en el Embalse del Guavio fue el paseo en lancha pues como se observara en el Anexo 1 y el Anexo 2 fueron pocas las personas que realizaron actividades nauticas. Solo el 31% de las personas entrevistadas realizaron actividades en lanchas a

comparación de un 63% de personas que no realizaron ninguna actividad como tal en el Festival Náutico debido a factores como desconocimiento de las actividades, nula información de las mismas, rechazo al medio acuático ya sea por el clima ya que para los turistas no fue el tiempo adecuado para realizar actividades o por factores internos de la persona relacionado con miedos o inseguridades.

Gráfico 9: Actividades náuticas realizadas en el Embalse del Guavio



Nota: Creación propia

Al momento de realizar el cruce de información en torno a las respuestas obtenidas por los turistas, los Prestadores de Servicios y los entes gubernamentales se evidenció que de las aproximadamente 17 actividades disponibles para realizar durante las fechas del festival náutico (Tabla 8) sólo cuatro actividades fueron reconocidas por los turistas; esto haciendo referencia a la falta de información entregada a los visitantes sobre sus opciones de ocio y recreación entorno al Embalse del Guavio. Igualmente una de las actividades resaltadas y que presentan una relación indirecta con la actividad náutica fue la observación del paisaje natural gachaluno el cual rodea la represa y es hogar de diversa flora y fauna nativa de la zona y representativa de la región del Guavio, además de la observación paisajística y del avistamiento de aves se presenta la asistencia

a la observación de las diversas competencias realizadas en el marco de la festividad tales como: Travesía náutica, duatlón por relevos, volley playa, pesca tradicional, gran desafío Gachalá 2017 y desfile de carrozas.



Ilustración 21: Observación concurso Pesca tradicional – FestiGuavio 2017

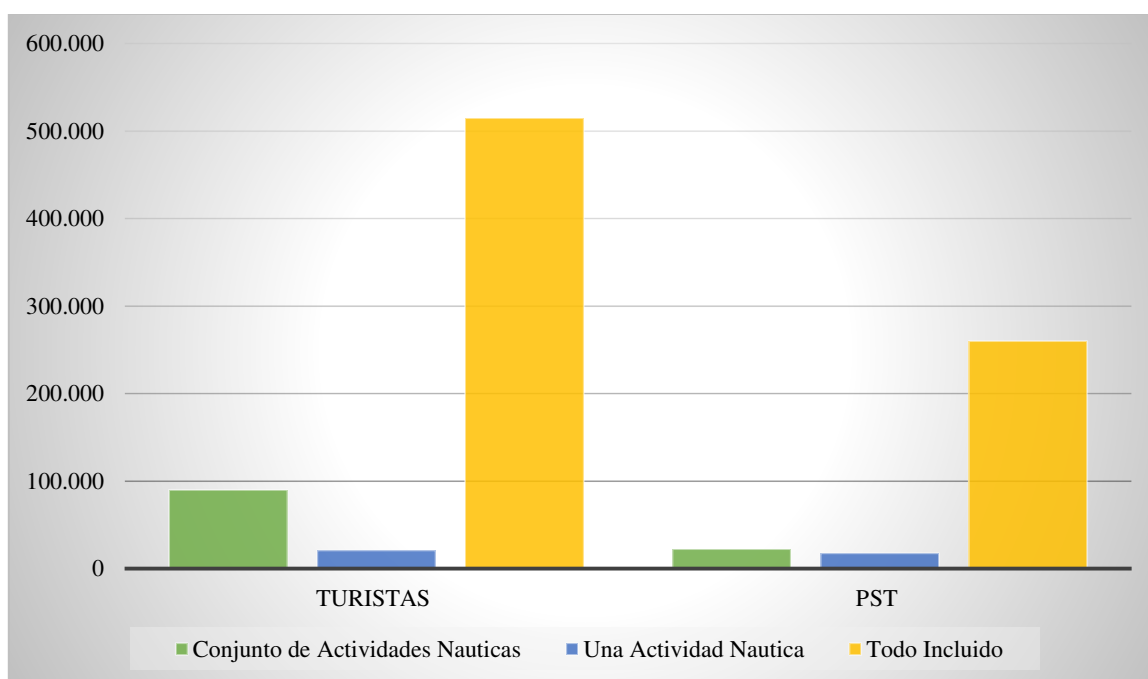
Nota: Creación propia

A la hora de realizar las entrevistas a los turistas se pudo evidenciar en la pregunta “Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto turístico náutico que ofrezca actividades como canotaje, kayak, senderismo, etc.” Que los turistas presentan opiniones muy distintas en cuanto a precio se refiere, pues dependiendo de sus ingresos y de las actividades como tal se evidencio un rango que se mantiene entre los \$10.000 y \$400.000. Este rango acogería actividades náuticas ya sea en conjunto o de manera individuales las cuales podrían tener una duración de 10 a 15 minutos por actividad, pero que si fuera varias actividades abarque un lapso más largo.

Un solo turista entrevistado comento que estaría dispuesto a pagar máximo \$1'000.000 por un producto turístico náutico que ofrezca no solo las actividades náuticas, sino también todo lo que abarca un producto turístico como tal (hospedaje, guianza, alimentación, etc.).

Haciendo énfasis en el cruce de variables se puede relacionar que el precio que están dispuestos a pagar los turistas y el que cobran los distintos prestadores de servicios turísticos se encuentran sobre el mismo rango, pues según las entrevistas realizadas a los PST el rango de precios que ellos manejan se encuentra entre \$10.000 a \$400.000 los cuales son precios por desarrollar actividades náuticas como caminatas ecológicas, senderismo, ruta del café, ruta del té, ruta de la esmeralda, también abarca el precio por pernoctar de uno a tres días haciendo distintos recorridos y con todo incluido.

Gráfico 10: Promedio de Precios entre Turistas vs PST

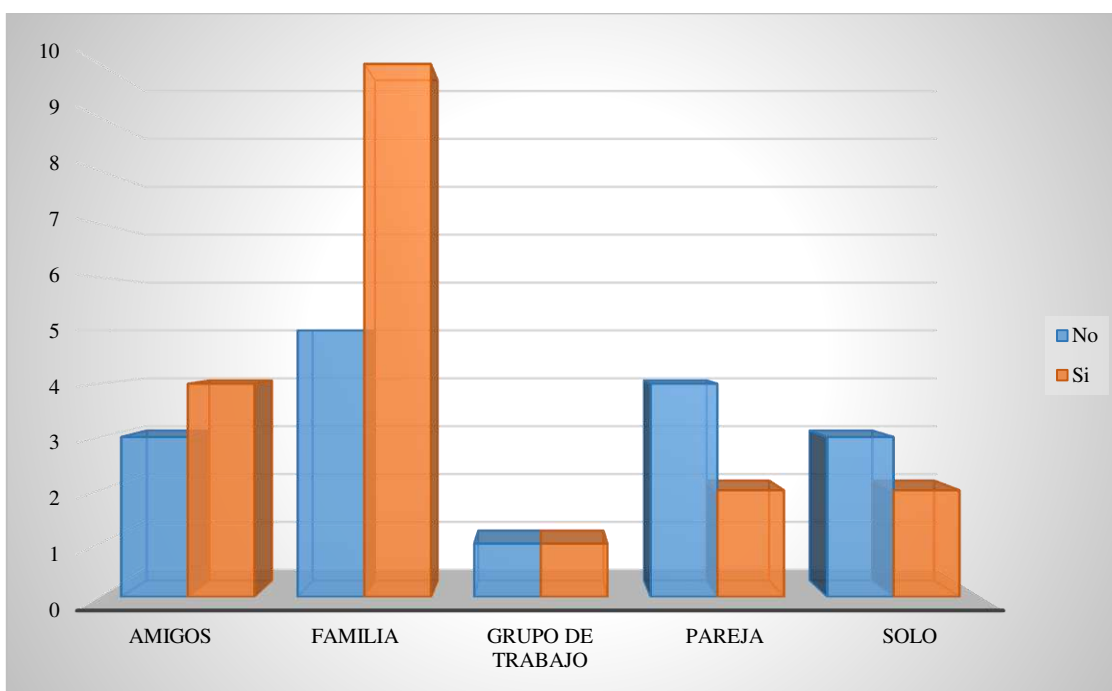


Fuente. Creación propia

De acuerdo al rango de precios encontrado entre turistas y PST, en la gráfica anterior se estableció una serie de promedios de precios de acuerdo a los ítems evidenciados entre los rangos, entre los cuales se encuentra: conjunto de actividades náuticas en donde el promedio para turistas es de \$90.000 y para PST es de \$22.500, el promedio de precio por realizar una sola actividad náutica para los turistas es de \$21.000 y para PST es de \$17.500, por último el promedio de precios que se estableció por paquetes de todo incluido para los turistas tiene un valor de \$515.000 y para PST \$260.000.

Para los turistas no solo es importante el precio a pagar por las actividades náuticas ofrecidas en la zona, si no que éstas se adecuen al núcleo con el que suele viajar, ya que cada turista se caracteriza por tener una preferencia de viaje en torno a un grupo con el que posee una relación, ya sea familia, amigos, pareja, grupo de trabajo, entre otros. Es por esto que una de las variables a destacar en el proceso de investigación es el conocer con quién viaja y planea las actividades turísticas dentro de la zona cada turista; por esta razón se presenta el cruce de variables en torno a los sondeos de opinión aplicados en el municipio y la información obtenida de las entrevistas a las fuentes turísticas permanentes en el municipio:

Gráfico 11: Grupo de viaje vs Participación en las actividades náuticas



Fuente: Creación propia

La información resaltada a través del análisis del cruce de variables expone que entre la muestra utilizada para la investigación se generaron tres segmentos en torno a la pregunta con que grupo de referencia viaja y si son partícipes de las actividades náuticas (Anexo 1 y 2), en donde se identificaron que el primer núcleo de referencia son los amigos con un porcentaje de respuesta del 20%, en donde un resultado del 11,42% expone que los turistas suelen ser partícipes de actividades náuticas en compañía de amigos, mientras que el 8,57% no participa en

ninguna actividad náutica en la zona, esto se da debido a que a los turistas no se les informa el costo de las actividades ni cuáles son las opciones a realizar dentro del Embalse, lo que causa en los turistas la baja motivación para ser parte de las diferentes actividades ofrecidas.

El segundo segmento identificado se expresa en torno a las referencias familiares expresada en un índice de respuesta del 42,85%, en donde los turistas que suelen visitar el municipio de Gachalá junto con su familia poseen un índice de respuesta positiva a la realización de actividades náuticas es de 28,66%, dejando como resultado que el 14,33% no realizan ninguna actividad náutica en el marco del Festival Náutico. Continuando con el análisis de respuestas se presenta que existe un grupo de visitantes que suelen viajar con grupos de trabajo con un índice representativo del 5,71% de asistencia al municipio, en donde un 2,85% expone su participación en actividades en torno al Embalse, mientras que el porcentaje restante del 2,85% no realiza ningún tipo de actividad durante las ferias y fiestas.

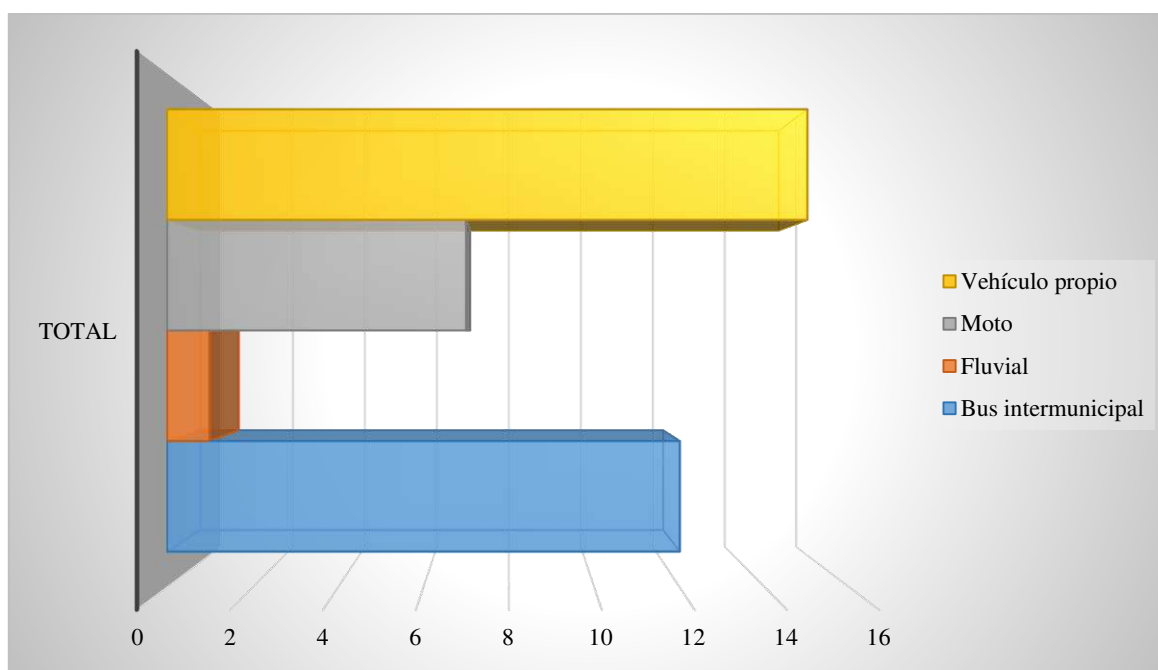
De acuerdo a la gráfica los turistas suelen realizar viajes junto a su pareja dando resultado un porcentaje de participación del 17,14%, en donde se genera que de dicho porcentaje el 5,71% de las parejas si suelen ser partícipes en algún tipo de actividad náutica, mientras que el 11,44% de las respuestas exponen que ninguno de los dos realiza actividades de índole náutico. En el último resultado obtenido se generó que existe un porcentaje del 14,28% de turistas que suelen viajar solos, de los cuales el 5,71% si realizan actividades náuticas en tanto el 8,56% no suelen realizar actividades náuticas; cabe resaltar que los turistas cuyas respuestas apuntaron a que solían viajar solos al municipio tienen como motivo de viaje asuntos labores y visitas a familiares y amigos.

De las variables generadas a través del cruce de información se genera que para los turistas el municipio de Gachalá es un destino el cual posee una variedad de atractivos los cuales pueden ser visitados con diferentes grupos sociales que se encuentran relacionados con el turista, estos también expresado por los Prestadores de Servicios Turísticos (Anexo 1), en donde se expone que dependiendo del paquete adquirido por la persona varía el grupo con el que suele viajar; los deportes o actividades extremas suelen ser adquiridos por turistas acompañados de amigos y en algunos familia, en otras ocasiones los productos adquiridos en torno al ecoturismo se enfocan en grupos familiares o grupos de trabajo; finalmente las actividades náuticas según los PST son demandadas mayormente por núcleos de amigos, caracterizados por ser personas de edades

jóvenes y que se sienten atraídos por las emociones de alto impacto y que generen experiencias de adrenalina en sus viajes.

Por otro lado es importante conocer en qué medio de transporte el turista se desplaza al municipio, debido a que las vías de estado para llegar a Gachalá no se encuentran en las mejores condiciones cada turista presenta una preferencia al momento de desplazarse al territorio y hacer el viaje un poco más cómodo; por esta razón se evalúan las respuestas obtenidas mediante el sondeo de opinión (anexo 2) y las entrevistas realizadas a los turistas frecuentes en el municipio (anexo 1), generando un acercamiento a la preferencia del transporte que el turista posee representada en el siguiente gráfico:

Gráfico 12: Medios de transporte utilizados por turistas



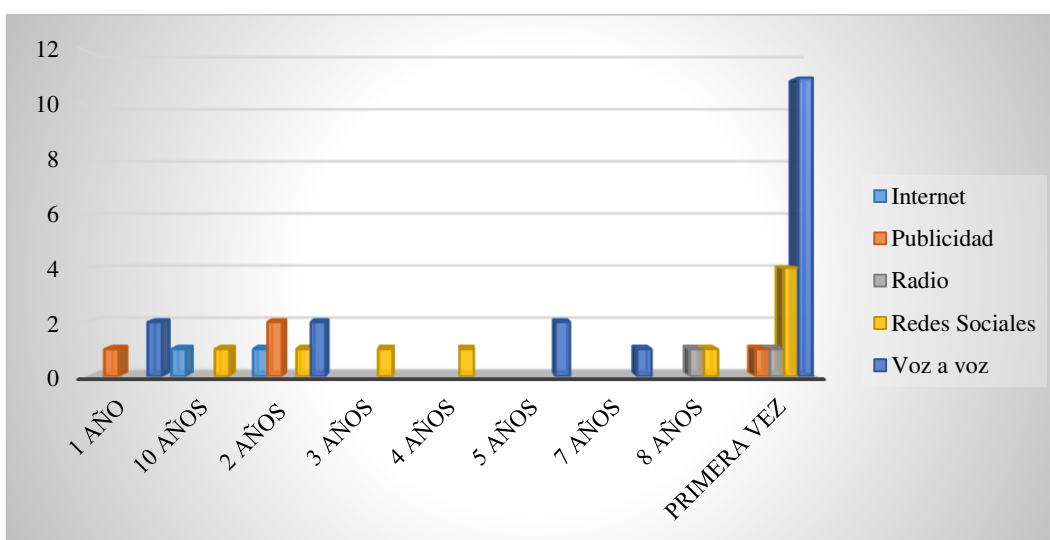
Nota: Creación propia

Los resultados que se emiten en la anterior gráfica hacen referencia al medio de transporte más utilizado por los turistas, donde el 42,85% de las personas entrevistadas prefieren viajar hasta el municipio de Gachalá en vehículo propio por factores de comodidad; el 20% de turistas prefieren el viaje en moto, sin embargo en la realización de las entrevistas a los turistas, los sondeos de opinión y las entrevistas a los entes gubernamentales argumentaron que las vías para

llegar al municipio de Gachalá no son las más adecuadas para transitar en moto, ya que en algunas zonas puede ser peligroso para los conductores y en la vía Gama – Gachalá se puede evidenciar que en el Puente Farallones durante el ingreso al túnel, por factores geográficos la carretera se presta para accidentes por la continua filtración de agua en el túnel y por la falta de luces dentro del mismo; el 2,85% hace pertenencia a la muestra evaluada de un turista cuyo lugar de procedencia fue de Boyacá, el cual realizó su llegada a Gachalá por el medio fluvial, lo cual es permitido desde las veredas y Boyacá al delimitar con el territorio de Gachalá se presenta la posibilidad de que los turistas procedentes de este departamento realicen el viaje fluvial hasta el centro del territorio gachaluno. Finalmente el 34,28% de la muestra hace parte a turistas que prefieren viajar a través de buses intermunicipales, ya que vienen desde municipios aledaños como Gama, Gachetá, Junín, Ubalá y del Distrito Capital de Bogotá.

Consiguiente a los análisis realizados anteriormente se realizó un cruce de información entre el medio de información por el cual el turista se informa sobre las actividades, ferias y fiestas que el municipio realiza a lo largo del año versus el nivel de participación en los mismos; de acuerdo a esto es importante identificar cual es el mejor canal para enviar la información a los turistas, ya que dependiendo de la efectividad de la entrega de la misma se puede asegurar la participación de los visitantes en las actividades presentadas y ofrecidas en el territorio gachaluno; por lo cual se presenta el siguiente gráfico de resultados:

Gráfico 13: Canales de información vs Participación turística



Fuente: Creación propia

El análisis que se realizó de este cruce de información se genera de la siguiente manera:

Tabla 12. Cruce de Información medios de comunicación vs participación en el FestiGuavio

Participación	Internet	Publicidad	Radio	Redes Sociales	Voz a voz	Total general	Porcentaje
1 año		1			2	3	8,57%
10 años	1			1		2	5,71%
2 años	1	2		1	2	6	17,14%
3 años				1		1	2,86%
4 años				1		1	2,86%
5 años					2	2	5,71%
7 años					1	1	2,86%
8 años			1	1		2	5,71%
Primera vez		1	1	4	11	17	48,57%
Total general	2	4	2	9	18	35	100%

Fuente: Creación propia

- Para concluir el análisis se presenta que el 48,57% de los turistas entrevistados tienen como índice de participación la asistencia al municipio por primera vez, siendo el voz a voz el canal de comunicación más utilizado entre dicho rango de la muestra.
- Así mismo entre los canales de comunicación utilizados por los turistas para informarse sobre las actividades turísticas se encuentran: redes sociales con un índice de respuesta del 25,71%, seguido de la publicidad con un 11,42% de respuesta dentro de la muestra entrevistada.
- El medio de comunicación y de obtención de información más utilizado por los turistas fue el voz a voz con un total del 51,42% sobre la muestra del 100%, lo cual expone que más de la mitad de los turistas utilizaron las referencias familiares, grupos de amigos y grupos de trabajo como fuentes para la participación en las festividades dentro del municipio.

Estableciendo los análisis anteriores se evidencia que el canal de información que más utilizan los turistas para asistir a eventos, ferias y fiestas del municipio es el voz a voz, ya que muchos de estos turistas poseen familiares y/o amigos oriundos de Gachalá, los cuales les comentaron

acerca de la festividad más importante del municipio, la cual se presenta en el mes de octubre y es conocida como FestiGuavio, seguido de las redes sociales entre las cuales se destaca Facebook (anexo 1) en donde el turista puede conocer sobre los servicios en el municipio a través de la página “Juntos Construimos Progreso” y de igual manera generarse una expectativa y percepción de lo que va a encontrar al momento de arribar al municipio, ya que se busca que el turista por medio de esta red social interactúe de forma audiovisual con el entorno gachaluno y se motive para conocerlo.

Complementando lo anterior se destaca que la mayoría de los turistas llevan asistiendo a lo largo de dos años, en donde ya poseen conocimiento de algunas de las actividades náuticas que se realizan y su motivación radica en la participación de las mismas y las experiencias que le generan; al igual este tipo de turistas siempre busca algo nuevo e innovador, buscan actividades que generen un valor agregado a su visita dentro del municipio.

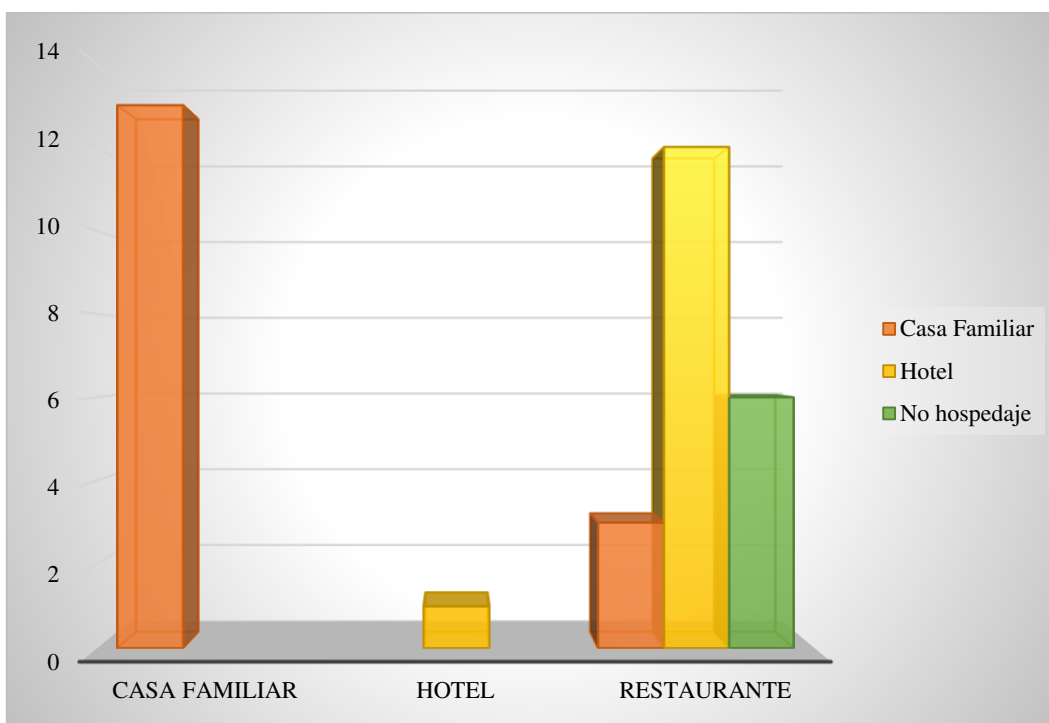
En lo que respecta al análisis de las variables de hospedaje vs restauración se puede evidenciar que de las entrevistas a los turistas y el sondeo de opinión realizado, nos muestra que según la variable de hospedaje el total de las personas que se hospedan en casa familiar es de 16 representado en porcentaje por un 45,71%, seguido por trece personas que son las que se hospedan en hoteles con un porcentaje de 37,14% y seis personas que no se iban a hospedar representando el 17,14%.

Al realizar el cruce de variables se puede evidenciar que de las 16 personas que se hospedan en casa familiar solo 13 reciben el servicio de alimentos y bebidas en la misma casa lo que significaría un 81,25% y los tres restantes consumen sus alimentos y bebidas en restaurantes representado con un porcentaje de 18,75%, también encontramos que de las personas que se hospedan en hotel solo una recibe el servicio de alimentos y bebidas en el mismo hotel lo que significaría un 7,69% y los doce restantes reciben el servicio en restaurantes con un porcentaje de 92,30%. Por último de las seis personas que no se van a hospedar en el municipio y que solo van por un día a Gachalá a disfrutar del Festival Náutico como tal, se tiene que esas seis personas reciben sus servicios de alimentos y bebidas en restaurantes, lo que representado en porcentaje sería un 100%.

Como conclusión de la información obtenida por medio del cruce de variables de hospedaje vs restauración, se obtuvo que muchas de las personas que visitan el municipio de Gachalá por

los motivos de ferias y fiestas, la gran mayoría se alojan en casa familiar los días necesarios, y en este mismo sitio adquieren su servicio de alimentos y bebidas. Pero cabe resaltar que no es mucha la diferencia de las personas que se hospedan en hotel cuando van a Gachalá pues solo se evidencia una diferencia de 8,57% respecto a los que se hospedan en hotel.

Gráfico 14: Variable Hospedaje vs Restauración



Fuente: Creación propia

Perfil del turista náutico

El turismo náutico es un área estratégica necesaria para la diversificación del turismo en el municipio de Gachalá. El estudio de la demanda del turismo náutico realizado en el municipio se considera un aspecto clave para plantear replantear el desarrollo de la actividad náutica en el municipio de Gachalá. A continuación, se describe el perfil del turista náutico que viaja a al municipio de Gachalá motivado por la práctica de actividades náuticas recreativas. La planificación del viaje, las principales motivaciones y actitudes del consumidor náutico en el

destino son algunos de los resultados obtenidos después de entrevistar a los turistas en el Festival Náutico durante el puente festivo del mes de octubre del presente año.

El disponer de información sobre las características, preferencias y gustos del mercado constituye una herramienta importante a la hora de diseñar la estrategia profesional o de establecer nuevas inversiones para los implementos necesarios para el correcto funcionamiento de las actividades náuticas.

La percepción del turista náutico sobre las propiedades del destino constituye otro grupo de resultados que permiten identificar debilidades y fortalezas en la actual oferta de productos y servicios náuticos en Gachalá.

De acuerdo con la información obtenida a continuación se presentará el perfil del turista náutico que hará parte primordial del proyecto.

Tabla 13. Perfil Turista Náutico

PERFIL DEL TURISTA - TURISMO NÁUTICO MUNICIPIO DE GACHALÁ	
Género	Masculino y femenino
Edad	15 a 35 años para actividades de deportes extremos. Para actividades de observación y avistamiento entre 15 a 50 años.
Ocupación	Estudiantes y profesionales
Procedencia de los turistas	Bogotá - Municipios aledaños
Motivo y duración del viaje	Asistencia al FestiGuavio - Duración tres días
Acompañantes de viaje	Entre dos a tres personas
Medio de transporte	Vehículo propio
Tipo de alojamiento	Hoteles del municipio
Actividades demandadas	Lancha, motonáutica, ferri y kayak
Expectativas y preferencias	Deportes extremos, observación paisajística, información actualizada, variedad de actividades a realizar, todo incluido.
Rango monetario P.T. N	\$100.000 - \$300.000

Nota. Creación propia. Tabla modificada del documento “Estaciones Náuticas España” (2015)

En lo que respecta al género de personas el producto se pretende manejar para hombres y mujeres, pues los dos visitan el municipio de Gachalá. El rango de edad que se puede manejar para el perfil del turista náutico son personas de 15 a 35 años, pues a la hora de realizar las entrevistas y sondeos de opinión se logró evidenciar que las personas que más visitan el municipio se encuentran entre este rango de edad, además concuerda con los rangos de edades que los PST nos dijeron.

Para establecer el grado de ocupación de las personas que visitan Gachalá con respecto al perfil, se estableció que el producto ira enfocado para estudiantes y para profesionales, pues son las personas que más visitan el municipio como tal en fechas de ferias y fiestas.

En lo que respecta a la procedencia de las personas se establece que el producto ira para personas provenientes de la ciudad de Bogotá y de los municipios aledaños a Gachalá, pues según las entrevistas y sondeos de opinión son las personas que más viajan a Gachalá.

Como tal la duración del viaje que se va a utilizar para el producto turístico va a ser de tres días, y el motivo de viaje por el que las personas más visitan Gachalá es por ferias y fiestas, por lo que se puede manejar para el producto una especie de feria náutica en la que la gente pueda realizar una serie de actividades náuticas de viernes a sábado, o de sábado a lunes si fuera en un fin de semana festivo.

Como la mayoría de personas que viajan a Gachalá llegan en carro propio y el número de personas que más viajan juntas al municipio son de 2 a 4 personas, el producto puede estar enfocado para familias o para grupos de amigos que quieran ir a la Represa del Guavio un fin de semana a realizar actividades náuticas.

En lo que respecta a los medios de transporte se sabe que el medio que más usan los turistas para llegar al municipio es vehículo propio, pues es más fácil el acceso al municipio por este medio y aunque también optan por flota, se puede realizar en el desarrollo del producto distintas opciones para la llegada al municipio, como que el turista llegue por su propia cuenta en vehículo propio o si no que se les da la opción del transporte ida y regreso y el valor estará agregado dentro del producto como tal.

El tipo de alojamiento que se pretende manejar es en hoteles del municipio, pues dependiendo del tipo de plan que se le presente a los posibles compradores, se escogerá que hotel de los ubicados en el municipio se adapta mejor a las condiciones del turista.

Como las actividades más demandadas por los turistas y visitantes del municipio son lancha, motonáutica, ferri y kayak, se puede ofertar dentro del producto varias de estas actividades, incluyendo otras actividades que hagan ese factor diferenciador de las actividades habitualmente vistas en la Represa. Otras actividades contempladas podría ser vela, paddle surf o también conocido como surf de remo, pesca deportiva, entre otras las cuales motiven a la gente a querer visitar el municipio para disfrutar de las distintas actividades náuticas.

En lo relacionado a las expectativas y preferencias de los visitantes del municipio se deben tomar estas mismas para hacer del producto turístico, un producto innovador, que cumpla con las expectativas de los turistas, pero sobre todo que genere en ellos ese factor de recordación de Gachalá como destino turístico náutico. Como deporte extremo se podría manejar actividades en los distintos atractivos naturales que se encuentran allá o se podría de pronto darle a la gente la opción para llegar al municipio en un medio de transporte extremo como un jeep, así se podría tomar la falencia de las pésimas vías de acceso como un beneficio para el producto en lo que respecta a deportes extremos. Al manejar un producto turístico cabe resaltar que se va a ofrecer un plan todo incluido en el que la gente solo se tenga que preocupar porque tiene que empacar en su maleta, pues del resto nos encargaremos nosotras como prestadores del servicio.

Por último en lo que concierne al rango monetario se evidencio un rango de \$100.000 a \$300.000, con este rango se debe lograr ofrecer un producto que contenga todo lo mencionado anteriormente, que de igual manera cree ese factor diferencial de los demás productos ofrecidos en el municipio, ofreciendo todos los servicios como son alojamiento, transporte, actividades náuticas y otras, guianza turística, etc. Logrando así cumplir con las expectativas y preferencias de los turistas de Gachalá.

Capítulo III: Diseño del producto turístico náutico

A lo largo del trabajo de campo y como resultado del diagnóstico que se realizó en el municipio de Gachalá, junto con entidades locales y con personas involucradas en el sector, así como la participación de los turistas en torno a las perspectivas que poseen sobre el sector turístico del municipio, se destacó que gran parte de la población turística presente en el municipio en torno a la actividad náutica sólo se logra ver reflejada en el mes de octubre durante las fechas de realización del Festival Náutico FestiGuavio. Igualmente se destaca la iniciativa por parte de los visitantes en torno a la adquisición, compra y utilización de servicios relacionados con el turismo náutico en la zona, sin embargo el municipio carece de iniciativas de implementación en torno a esta tipología de turismo la cual está siendo reconocida como un eje de turismo en diversos lugares a nivel mundial, destacando su desarrollo en lugares diferentes a destinos de sol y playa y espacios litorales, los cuales son espacios en donde comúnmente se realizan actividades náuticas.

La investigación desarrollada a lo largo del periodo investigativo resalta la presencia de una oferta turística para el desarrollo de un producto turístico de tipo náutico el cual se aleje de la característica “sol y playa” y presente un nuevo portafolio de servicios en torno a los diversos ecosistemas que se pueden encontrar en el territorio, en este caso creando a los turistas una experiencia diferente generando a dicha adquisición un valor agregado; el municipio de Gachalá resaltó en la investigación de su oferta turística la presencia de diversos atractivos de índole natural y cultural que guardan estrecha relación con la cultura y tradición gachaluna y sus antecesores la cultura chibcha, convirtiendo al municipio como un potencial turístico llamativo a la nueva ola de turistas.

Por lo cual es importante definir qué es un producto turístico, sus características y como es su proceso de diseño; en otras palabras es aquel conjunto de factores tangibles entre los que se encuentran alojamiento, restauración, infraestructura, etc., y factores intangibles tales como emociones vividas, hospitalidad, cultura y demás, que relacionados entre sí le generan al visitante una experiencia turística, haciéndole vivir momentos significativos a través de los recursos y atractivos que posee un territorio. Al momento de generar un diseño en torno a un producto turístico se debe plantear la siguiente incógnita ¿qué se debe conseguir con el producto turístico diseñado, lo importante es que se deben satisfacer las necesidades y expectativas que

motivaron al turista a realizar el viaje, de tal manera que en el visitante se genere la necesidad de regresar al destino para consumir un producto turístico que se adapte a sus necesidades y deseos y de esta manera que el mismo turista recomiende el destino como uno de los ambientes para la realización de actividades turísticas. Por otro lado con el producto turístico no solo se busca un beneficio propio, sino que el mismo tenga una estrecha relación para el desarrollo local de la zona en donde se desarrolle dicho producto y sea un aporte para la comunidad local (SERNATUR (Servicio Natural de Turismo), 2015).

Los productos turísticos deben relacionarse con la vocación del destino, es decir, debe haber un estrecho acercamiento entre la imagen del destino y el producto turístico para el éxito de ambos en el tiempo, permitiendo que los productos que son representativos en un destino, logren posicionarse en el mercado, y a su vez que la imagen de un destino logre ser el factor de enganche a la hora de atraer turistas a una zona emergente dentro del sector turístico. Para trabajar en el diseño de productos turísticos se plantean cuatro aspectos a seguir según el SENATUR (2015), los cuales son:

- Generar diferenciación del destino en torno a los atributos turísticos que posee.
- Buscar y potenciar cuál es la diferencia del producto en torno a la competencia.
- Respetar los atractivos naturales, sociales y culturales procurando que la implementación del producto turístico no genere impactos negativos en los ecosistemas.
- Contar con el apoyo de la comunidad local para potenciar y resaltar el sector turístico.

Para el diseño de productos turísticos se debe partir desde un plan en donde participen los diversos actores que se vinculen al producto, para ello existe una relación secuencial entre recursos turísticos, atractivos turísticos, producto turístico y destino turístico, representados en el siguiente gráfico denominado “Secuencia de Desarrollo de un Producto Turístico”:



Ilustración 22: Secuencia de Desarrollo de un Producto Turístico

Nota: Ilustración recuperada de (Destinos del Perú, 2014)

Según el documento expuesto por Mincetur y PromPerú (2014) un recurso turístico por sí solo no puede ser considerado como un seguro para la realización de la actividad turística, pero si a este le es incorporado equipamiento e instalaciones que generen un valor agregado en el recurso, puede llegar a ser considerado un atractivo turístico. El atractivo turístico es considerado como un producto turístico en conjunto, pero esta concepción no es acertada, ya que la planta turística y la infraestructura se unen para conformar un producto turístico llamativo para el turista.

Así mismo un producto turístico requiere adaptarse a los diferentes destinos para lograr posicionarse en el mercado local, departamental y nacional, y en una magnitud más grande, integrarse a los mercados internacionales; para ello todo producto turístico consta de tres componentes principales los cuales generan un factor diferencial frente a otros productos similares:

Tabla 14. Componentes del Producto Turístico

EXPERIENCIAL	Este componente como su nombre lo indica le genera al turista una experiencia, la cual se encuentra directamente relacionada con la participación en ferias, fiestas, eventos, integración entre comunidades y sus culturas representantes del destino, calidad en el servicio, seguridad y paz.
EMOCIONAL	Es aquel efecto generado en el turista a partir de la interacción entre él y la comunidad receptora, sus tradiciones y costumbres, así como la hospitalidad y amabilidad que le generan los anfitriones del destino visitado.
MATERIAL	Son todos aquellos bienes y elementos tangibles que hacen que el turista se sienta cómodo en el destino; estos elementos son conocidos como infraestructura, planta turística, atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones.

Nota: Creación propia. Tabla modificada de la fuente (Destinos del Perú, 2014)

Teniendo en cuenta las características mencionadas anteriormente en torno al producto turístico y su integración al mercado en este tercer capítulo lo que se precisa es detallar y analizar la información previamente recolectada en el trabajo de campo y buscar las acciones concretas para llevar a cabo el diseño del producto turístico náutico, por esta razón según el Manual para la Planificación de Destinos Turístico (2014) se presenta la composición que se debe manejar para un o más diseños de productos turísticos en un territorio.

Tabla 15. Diseño del producto turístico según Mincetur y PromPerú

DISEÑO PRODUCTO TURÍSTICO	1. Descripción detallada del producto turístico
	2. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico
	3. Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico

	4. Determinación de las necesidades de intervención pública y privada
	5. Gráfico del producto turístico

Nota: Tabla modificada del documento “Manual para la Planificación de Destinos Turísticos” (2014)

Con las etapas definidas anteriormente se realizará el producto turístico náutico en el municipio de Gachalá, en donde le permita al turista y a la comunidad local generar un beneficio a través de la actividad turística de índole cultural y socioeconómica. Por esta razón es importante tener claro el panorama general del destino turístico en el cual se está desarrollando el proceso de investigación, y al igual todas las potencialidades con las que cuenta para lograr proponer ideas que encaminen al reconocimiento del diseño adecuado del producto para el segmento turístico investigado, analizado y seleccionado previamente (véase capítulo 2).

Para ello los siguientes elementos permitirán de manera concreta generar un acercamiento al producto turístico náutico que se desea implementar en el municipio de Gachalá, en torno a la información obtenida a lo largo del proceso investigativo:

Tabla 16. Conceptualización del producto turístico náutico en el municipio de Gachalá

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
<p><i>¿Cuál es la temática?</i></p> <p>A lo largo del trabajo investigativo se obtuvo, claramente que el potencial resaltado en el territorio del municipio de Gachalá y en el cual se está trabajando el producto</p>	<p><i>¿Qué lo hace especial?</i></p> <p>La región es considerada como uno de los tesoros escondidos de Cundinamarca; a Gachalá lo hace especial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desde el distrito capital hacia Gachalá se evidencian los diversos pisos térmicos

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
<p>turístico es el desarrollo de turismo náutico en torno al desarrollo de actividades en el Embalse del Guavio con un enfoque sostenible del patrimonio representativo de la región.</p>	<p>característicos del territorio colombiano y representativo de su singular variedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los paisajes con los que cuenta el municipio son únicos y dejan en los turistas el deseo de volver y presenciar ecosistemas únicos de la zona. • El municipio de Gachalá posee el mayor porcentaje de propiedad sobre el Embalse del Guavio, lo cual genera que el municipio sea un territorio rico en flora y fauna. • Al ser un municipio poco conocido en el sector genera en los turistas que lo visitan un sentimiento de tranquilidad y relajación rodeado de ecosistemas vírgenes que forman parte del paisaje del Embalse del Guavio, una de las obras de ingeniería hidroeléctrica más grandes a nivel Latinoamérica. • El municipio de Gachalá se caracteriza por la hospitalidad de su gente y la amabilidad y acogimiento que transmiten en el servicio ofrecido a los turistas, generando ese sentimiento de integración familiar. • Reconocido por ser el hogar de “La Emilia” la esmeralda más grande del mundo, el municipio de Gachalá posee una diversidad agrícola y ganadera que atrae a turistas de todas partes de Colombia.

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
	<ul style="list-style-type: none"> • La realización de actividades náuticas que en muchas ocasiones son consideradas solo aptas para el desarrollo de zonas litorales.
<p><i>¿Qué actividades se pueden ofrecer?</i></p> <p>Para la realización del turismo náutico se plantean actividades como: Kayak, motonáutica, moto jetski, paseos en lancha, esquí, pesca tradicional, parasiling, fly fish, y natación.</p> <p>Además para la unión de actividades sostenibles a este producto turístico se presenta la observación de especies de fauna y flora, avistamiento de aves, caminatas ecológicas y cabalgatas.</p>	<p><i>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?</i></p> <p>Se busca que el turista se lleve una experiencia única, por medio de las actividades náuticas alejadas de la imagen de turismo de sol y playa, generando emociones de adrenalina, relajación y observación de ecosistemas que no se encontraran en ningún otro destino turístico.</p> <p>Agregando a estos factores la amabilidad característica del pueblo gachaluno y los paisajes inigualables con los que cuenta el municipio. Al igual el recuerdo más importante que el turista debe llevarse es el de cuidar y conservar el ecosistema y los recursos naturales presentes, ya que son la fuente de la vida para el ser humano.</p>
<p><i>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</i></p> <p>Alcaldía municipal de Gachalá, Corporación Autónoma Regional del Guavio (CorpoGuavio), Guías</p>	<p><i>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?</i></p> <p>Se busca presentar a Gachalá de una nueva manera, mostrándole al turista una cara que desconocían del municipio y de las riquezas que</p>

CONSTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE VE	CONTRUYENDO UN PRODUCTO PENSANDO EN LO QUE SE QUIERE TRANSMITIR AL TURISTA
turísticos, Prestadores de Servicios Turísticos (Hoteles, restaurantes, agencias de viajes y empresas relacionadas directamente con la actividad náutica) y comunidad local.	este posee; exteriorizando esa cultura arraigada a las raíces históricas de la región, cuna de las civilizaciones chibchas, las cuales dejaron un legado de tradiciones, que esperan ser exhibidas por medio de la actividad turística.

Nota: Tabla modificada del documento “Manual para la Planificación de Destinos Turísticos” (2014)

La tabla presentada anteriormente describe los factores importantes que se deben tener en cuenta para el desarrollo del producto turístico náutico, puesto que se manejan dos perspectivas (construyendo un producto pensando en lo que se ve y construyendo un producto pensando en lo que se quiere transmitir al turista) buscando cumplir con los tres componentes importantes del producto turístico los cuales son el factor material, el factor experiencial y el factor emocional; en donde se generará con claridad los elementos principales del diseño del producto (atractivos, actividades y Prestadores de Servicio Turístico), servicios complementarios y el valor agregado y experiencial que el mismo le va a generar en el turista y en su proceso de recordación en torno al desarrollo de actividades náuticas en el municipio de Gachalá.

El municipio de Gachalá posee un atractivo inmenso para el desarrollo del sector turístico en diversas tipologías, especialmente en las actividades náuticas destacando su patrimonio cultural, histórico y natural, agregando a este la disposición del pueblo gachaluno en la promoción del territorio como fuente turística generadora de empleos y de reconocimiento por medio del diseño de diversas herramientas que integren los atractivos y potenciales de la zona, buscando cumplir con los pilares sostenibles. A continuación se desglosa el paso a paso del diseño del producto

turístico según la información recolectada por el documento del Mincetur y PromPerú denominado “Manual para la Planificación de Destinos Turísticos” del año 2014.

Descripción detallada del producto turístico

Los resultados obtenidos a través del trabajo de campo arrojan que en el municipio de Gachalá se encuentra un gran potencial en torno a la utilización del Embalse del Guavio y sus atractivos aledaños, los cuales a pesar de ser utilizados en algunas actividades turísticas por parte de los Prestadores de Servicios existentes en la zona no han sido considerados dentro de la integración de productos enfocados a la utilización del medio acuático y el medio natural que lo rodea como una fuente de desarrollo económico encontrado en el sector turístico, ligado a la formación de parámetros sostenibles enfocados en los tres componentes principales del mismo (eje económico, eje ambiental y eje social).

El producto turístico náutico seleccionado a través de la información obtenida a lo largo de la capitulación de los objetivos de la investigación desarrollada tiene como fundamento el reconocimiento al recurso hídrico que posee el municipio de Gachalá; el cual es denominado y reconocido como fuente de vida y de crecimiento desde la historia de la cultura Chibcha, etnia predominante en la zona y a la cual se le atribuye el nombre del Municipio, su oferta gastronómica y su variedad agrícola. Es por esto que haciendo mención a la historia del municipio y a las raíces del pueblo gachaluno se presenta el diseño de un producto turístico denominado “SIE: Gachalá Turístico”.

La palabra SIE nace de la lengua antigua Chibcha para hacer alusión de uno de las fuentes de vidas más importantes para el pueblo indígena y para el municipio de Gachalá en la actualidad el agua; el agua es parte del patrimonio simbólico de toda cultura y posee su motivación en la fuente y sustento de todo ser vivo. Para la cultura Chibcha el agua era el centro de la vida en la sociedad indígena, era el origen y destino de su pueblo, el sustento de alimento y el portal entre el ser humano y las deidades que lo protegían; el respeto por el agua por parte de los Chibchas se ve reflejado en el cuidado que el municipio de Gachalá posee sobre el recurso que le ha hecho merecedor del título de “El Tesoro Escondido en la Región del Guavio”, y es por esto, que en el

diseño del producto turístico a desglosar y definir a lo largo de este capítulo y como resultado al proceso de recolección, análisis y utilización de búsqueda de información se presenta una propuesta de diseño enfocado a una de las obras de ingeniería más grandes en el territorio Latinoamericano, buscando generar un eje sostenible con el objetivo de preservar y continuar la tradición infundada por los primeros habitantes de la región en torno al respeto, cuidado y conservación de la fuente de vida conocida como el agua.

Dentro de SIE: Gachalá Turístico se destacan diferentes atributos y características que lo hacen único, las cuales están conformadas por sus atractivos más importantes como lo son: El Embalse del Guavio, los miradores pertenecientes al municipio, El Puente Farallones, El Puerto Las Palmas, las ferias y fiestas alusivas a la actividad dentro del medio acuático y demás atractivos que posean estrecha relación con el mismo, en donde el turista podrá desempeñar actividades a lo largo de su estancia como deportes náutico entre las cuales se encuentran Kayak, Motonáutica, Moto Jetski, Canoa tradicional, Paseos en lancha y Pesca tradicional; y dentro de las actividades ligadas al medio natural de la región se encuentran Senderismo, Avistamiento de aves, Contemplación de flora y fauna, entre otros; dándole un valor agregado a la actividad turística dentro del municipio.

Así mismo los puntos fuertes del producto turístico náutico llamativos para los turistas potenciales se definen en:

- El municipio de Gachalá es reconocido por ser una zona de seguridad para el turista dentro y fuera del sitio de hospedaje y en los lugares donde se desarrollan las diferentes actividades propuestas y las ya existentes en la región.
- Existe un gran potencial en el Embalse del Guavio, ya que las condiciones geográficas ayudan a hacer de la zona un sector perfecto para el desarrollo de actividades de índole náutico, uniéndose a este factor la diversidad de ecosistemas visualizados en el municipio.
- La región de Gachalá posee el potencial necesario para la realización de actividades turísticas no solo en el área del enfoque náutico, sino en el desarrollo de diversas tipologías turísticas; el único paso faltante es el proceso de creación y liderazgo en torno a la evolución, crecimiento y fortalecimiento de la oferta náutica en la región generando un uso adecuado de sus atractivos y potenciales turísticos.

- Uno de los factores de reconocimiento del municipio de Gachalá es la utilización del medio acuático como medio de transporte entre el casco urbano y las veredas que conforman la zona del territorio gachaluno.
- El turismo náutico es uno de los productos con mayor potencial no solo en la región, sino que a nivel internacional se ha convertido en una nueva forma de turismo que ha captado la atención de personas de diversas edades y que engloban en común su afinidad con el medio acuático.

El producto turístico náutico se enfoca en comunicar al turista el mensaje correcto, es decir que aspectos lo diferencian del resto; en este caso los aspectos específicos que diferencian y le dan el valor agregado a SIE: Gachalá Turístico están enfocados en la presentación de un producto el cual es asociado generalmente a destinos de sol y playa y a zonas litorales de los territorios nacionales, además de ser una nueva oferta en el municipio que rompe con el paradigma de “Sol, Playa y actividades acuáticas/náuticas” es un generador de beneficios monetarios para el municipio y la comunidad gachaluna, en donde la comunidad va a ser partícipe de la experiencia del turista dentro del territorio desde el primer momento que llega, hasta cuando finaliza sus actividades seleccionada en torno a los atractivos turísticos; y finalmente otro de los valores agregados para Gachalá es el reconocimiento que puede tener “El Tesoro Escondido en la Región del Guavio” en materia turística, en donde no solo se genera un flujo de información para presentar a la región como una zona turística náutica, sino para generar un entorno en donde el visitante sea capaz de conocer los ecosistemas característicos de Cundinamarca, los cuales se encuentran concentrados en el recorrido hasta el municipio de Gachalá; igualmente se presenta la oportunidad de posicionar a Gachalá como una zona de afluencia turística no solo nacional, sino también internacional en donde se generan actividades acuáticas llamativas para los nuevos consumidores turísticos, los cuales se caracterizan por estar a la vanguardia en torno al desarrollo de nuevos productos enfocados en la generación de experiencias únicas, las cuales solo pueden ser revividas visitando el destino turístico.



Ilustración 23: Vista Embalse del Guavio, Puente Farallones

Nota: Creación propia

SIE: Gachalá Turístico es un producto turístico el cual recolecta las actividades utilizadas e implementadas en el Embalse del Guavio durante las fechas del Festival Náutico “FestiGuavio”, buscando presentar al municipio una opción de desarrollo de los potenciales y atractivos consolidados en el territorio para su óptima utilización en diferentes fechas externas a las ferias y fiestas de la región; implementando parámetros unidos a la sostenibilidad del atractivo y su conservación para futuras generaciones. Así mismo el producto denominado SIE: Gachalá Turístico se encuentra conformado por tres sub-productos compuestos por diferentes temáticas, las cuales buscan presentar un portafolio de oferta variado para la utilización e implementación de los Prestadores de Servicios analizados en el capítulo I del proyecto investigativo y relacionado con el perfil del turista reconocido y diagnosticado con la información recolectada a través de las herramientas presentadas en el capítulo II, las cuales son el pilar para la creación y el desglose del capítulo final del proyecto, en donde se presentan los resultados finales de todo el trabajo en conjunto con las fuentes de información primaria y secundaria y el cumplimiento del objetivo general del mismo.

Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Dentro de los elementos que conforman el producto turístico “SIE” Gachalá Turístico encontraremos tres subproductos, los cuales estarán enfocados en distintos aspectos naturales, en los cuales se pueden realizar actividades según lo que se evidencio al visitar Gachalá. Cada subproducto debe ser capaz de combinar elementos diferenciadores ligados a la infraestructura, servicio o escenario, pero a la vez deben encontrarse en concordancia con los atributos que ofrecen el destino y sobretodo en la demanda.

La propuesta de subproductos potenciales implica su identificación, análisis y evaluación con el fin de priorizar los productos turísticos a desarrollar. Es necesario tener en cuenta que el elemento creativo e innovador debe ir de la mano con el uso de herramientas técnicas o de opiniones sustentadas en las experiencias obtenidas por los participantes en el destino turístico.

En este punto se busca detallar y sistematizar la información obtenida, se busca reconocer las acciones concretas que se necesitan para llevar a cabo el desarrollo de los subproductos elegidos. Con las características conceptuales del producto se procede a seleccionar y evaluar los elementos que deben componer el producto con el fin de diseñarlo. Se identificaran los elementos que intervienen y conforman el producto como: recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y actividades complementarias. Todos estos elementos nombrados anteriormente deben responder a las exigencias de la demanda, deben adecuarse con el concepto del producto principal y deben desarrollar elementos diferenciales y de valor agregado que los haga únicos.

A continuación se dará la explicación exhaustiva de cada uno de los subproductos que conforman el producto “SIE” Gachalá Turístico:

El primer subproducto que se manejara será el “SIE Acuático” el cual constara de alojamiento en el Hotel Paraíso, la restauración se brindara en el restaurante Donde Guacharaco. Dentro de los atractivos turísticos que se utilizaran para el desarrollo del subproducto se encuentran el Embalse del Guavio, Puerto Las Palmas, Mirador Casco Urbano y el Mirador Barrio Korea, y en lo que respecta a las actividades que se realizaran encontramos: clases de kayak, motonáutica, paseos en lancha, canoa tradicional, pesca deportiva y volley en arena. Los intermediarios

involucrados en el subproducto son el Club Rompe Olas, CorGachalá y el transporte terrestre a utilizar para llegar al municipio será en flota Alianza hasta el municipio de Ubalá y desde aquí se tomara transporte fluvial hasta el municipio de Gachalá. En lo que respecta a los servicios complementarios necesarios para la prestación del servicio esta: el banco agrario, cajero Bancolombia, centro de salud, farmacia, supermercado, bares y discotecas, y antena telefónica de Tigo, Claro, Movistar y Virgin. Como sugerencia de segmento de mercado para este tipo de subproducto se manejara un rango de edad de 15 a 25 años de edad, pues son las personas que más les gusta realizar actividades que estén en contacto con el agua. Por último en lo que respecta a la capacidad de carga para este subproducto se manejara un máximo quince personas, pues lo primordial es conservar el buen estado de los atractivos a utilizar.



Ilustración 24: Actividades Náuticas Sub-producto “SIE” Acuático.

Nota: Creación propia

El segundo subproducto que se presentara como propuesta se llama “Eco-SIE”, este producto mostrara todo lo relacionado a la realización de actividades ecológicas en el municipio de Gachalá. El alojamiento se realizara en el hotel Cabañas del Jazmín, la restauración será en el restaurante Donde Guacharaco. Los principales atractivos turísticos que se utilizaran para este

subproducto son el Embalse del Guavio, el Mirador Ruta del Agua y el Puente Farallones. Como actividades a realizar tendremos senderismo, caminatas ecológicas alrededor del Embalse del Guavio, cabalgatas a través del Puerto Las Palmas y charlas ecoturísticas en torno a la flora y fauna representativa de la región. Como intermediario principal estará la Corporación CorGachalá la cual se encargara de dar las caminatas y las charlas en torno al ecoturismo del municipio. Como transporte para este subproducto se utilizara vía terrestre la flota Valle de Tenza para llegar a Gachalá. Como servicios complementarios al subproducto se encuentra el banco agrario, cajero Bancolombia, centro de salud, farmacia, supermercado, bares y discotecas, y antena telefónica de Tigo, Claro, Movistar y Virgin. Como sugerencia de segmento de mercado se encuentra un rango de edad entre los 15 a 35 años de edad como posibles turistas que quieran realizar este tipo de actividades. Por último en lo que respecta a la capacidad de carga se maneja un máximo de quince personas para el producto Eco-SIE.



Ilustración 25: Actividades Ecológicas Sub-producto “Eco-SIE”

Nota: Creación propia

Por último el tercer subproducto que se maneja será “SIE Paisajístico” en el cual se encontraran actividades en torno a la flora y fauna existente en Gachalá. Como alojamiento y restauración para este subproducto tenemos el hotel Hacienda de Murca, en lo que respecta a los

atractivos turísticos encontramos: el Embalse del Guavio, el Casco Urbano, el Puerto Las Palmas, el Mirador del Casco Urbano, el Mirador del Barrio Korea y el Mirador de la Ruta del Agua. Las actividades que se van a realizar en los atractivos turísticos mencionados anteriormente son: Avistamiento de aves, observación de la flora y fauna en los miradores, recorrido en el Embalse del Guavio y Picnic con vista al Embalse. Los intermediarios para este subproducto será la Corporación CorGachalá ya que ellos son los encargados de todo lo relacionado a ecoturismo del lugar y las personas más capacitadas para realizar este tipo de actividades. En lo que respecta al transporte se utilizaran las flotas de la empresa Alianza, los servicios complementarios para este subproducto serán el Banco Agrario, Cajero Bancolombia, el centro de salud, la farmacia, el supermercado, los bares y discotecas del lugar y antena telefónica de Tigo, Claro, Movistar y Virgin. La sugerencia de segmento de mercado para este subproducto será de 15 a 50 años, debido a que las personas de estas edades pueden realizar todas las actividades turísticas del subproducto “SIE Paisajístico”. Por último la capacidad de carga para este subproducto será de máximo quince personas.



Ilustración 26: Actividades Paisajísticas Sub-producto “SIE Paisajístico”

Nota: Creación propia.

Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico

Se ha decidido analizar las condiciones de los atractivos a utilizar en el producto turístico SIE Gachalá Turístico, integrado por tres subproductos en los cuales se pretende diversificar la oferta turística del municipio a través de recursos que turísticamente no están puestos en valor. Por lo tanto el análisis de las condiciones estará trabajando para potenciar los atractivos de Gachalá. De esta forma, se consideran idóneos de ser analizados no solo los atractivos que se considera que tienen potencialidad para convertirse en el producto turístico.

Es importante comprender que esta evaluación tiene como fin el informar si los atractivos a utilizar en los subproductos son aptos o no para ser implementados en el producto turístico de Gachalá. Por lo que se manejara una puntuación de 0 a 5 según el grado de cumplimiento de cada variable, siendo 0 el menor grado de cumplimiento y 5 el mayor grado de cumplimiento.

Variable superestructura.

Esta variable hace alusión a la existencia y aplicación de normativa relacionada a la actividad turística náutica en el municipio. En lo que se refiere al análisis de este punto, es preciso decir que el municipio no cuenta con normatividad propia para realizar actividades náuticas en la Represa del Guavio por lo que se le dará una puntuación de 1 debido a que el municipio debe establecer un cuerpo normativo que se reconozca pertinente para el desarrollo armónico de la actividad náutica en el Embalse y al mismo tiempo que se aplique.

En lo que se refiere a la existencia y ejecución de planes, programas y actividades de políticas turísticas haciendo referencia con ello a la promoción, incentivos a la calidad, a las inversiones, etc. En lo que se refiere a la puntuación se le dará 3, pues aunque no existen políticas como tal en torno al turismo, se les debe dar valor a las intenciones de la gente del municipio por dar promoción al turismo en el municipio en lo que respecta al Festival Náutico, Ruta del Agua, y otras actividades que se realizan en Gachalá.

Variable infraestructura.

Esta variable hace referencia a la existencia y al estado en el que se encuentran las vías de comunicación terrestre y fluvial que permiten que permitan la llegada al producto turístico. En este sentido se toman las rutas, red de carreteras, calles urbanas, señalización, terminal de transportes, servicio de transporte fluvial.

Como puntuación a las vías de acceso terrestre se les dará un 3 pues aunque el municipio cuenta con dos vías de acceso terrestre, no se encuentran en las condiciones adecuadas para el tránsito de carros particulares y motos. En lo que respecta a las calles urbanas se les dará un puntaje de 5 pues las calles del municipio se encuentran en óptimas condiciones, ya en la señalización se dará un puntaje de 3 pues las vías cuentan con poca señalización para llegar al municipio, en el municipio se encuentra también poca señalización tanto normativa como turística; como el municipio no cuenta como tal con una terminal de transportes sino con casetas que venden los tiquetes de transporte de las flotas Alianza y Valle de Tenza, recibirá una puntuación de 2 debido a que no tiene terminal, pero cuenta con una casa que vende los servicios como tal. En el servicio de transporte fluvial merece una puntuación de 4 pues el municipio cuenta con el servicio de transporte fluvial para llevar a las veredas aledañas al municipio o incluso a los municipios cercanos.

En lo que respecta a los servicios públicos se dará un puntaje de 5 pues el municipio cuenta con todos los servicios públicos necesarios para la prestación de un servicio turístico de calidad que en este caso serían: luz, agua potable, gas, antenas de telefonía móvil, telefonía fija y servicio de internet.

Los servicios complementarios para la prestación del servicio de actividad turística náutica como lo son: Bancos, cajeros, centro de salud, supermercados y demás servicios tendrán un puntaje de 4, pues el municipio necesita la implementación de más bancos y cajeros debido a que los existentes en Gachalá, es muy poca la gente que tiene servicio con esos bancos.

Variable equipamiento o planta turística.

En lo que se refiere al alojamiento el municipio cuenta con una planta hotelera adecuada para recibir la cantidad de turistas que llegan al municipio en épocas de fiestas, por lo que recibirá una puntuación de 5 ya que no solo cuenta con hoteles sino con haciendas, además de personas que alquilan habitaciones, o lugares de sus casas para realizar camping, etc. Por lo que se puede decir que el municipio cuenta con capacidad hotelera óptima.

En la variable de alimentación se dará un puntaje de 5 debido a que el municipio cuenta con muchos lugares para brindar alimentos y bebidas no solo a los residentes del municipio, sino también a los visitantes y turistas de Gachalá. El municipio cuenta con una variedad de restaurantes, e incluso en algunos hoteles también prestan el servicio de alimentación.

En lo que respecta a los atractivos turísticos a utilizar y que están a disposición de los visitantes para hacer uso de sus servicios e instalaciones para fomentar las actividades recreativas del producto turístico náutico como: discotecas, bares, parques, miradores, etc. Merecen una puntuación de 5 pues todos los atractivos se encuentran en condiciones adecuadas para prestar un servicio de calidad, pero se debe tener en cuenta que no se debe exceder la capacidad de carga en ninguno de los atractivos naturales para no dañar el espacio natural.

Los servicios complementarios que integran la experiencia del turista en el destino turístico y que son necesarios para el normal desarrollo de la actividad turística recibirán una puntuación de 3 pues el municipio cuenta con agencias de viaje, guías turísticas, lugares de comercio, pero le hace falta casas de cambio de moneda, puntos de información, entre otras.

Variable distribución/comercialización.

Se entiende por comercialización de un producto turístico a la distribución y comunicación del mismo a través de la intervención de los intermediarios turísticos o canales de distribución. Algunas de las actividades que permiten la comercialización son la planificación, educación, marketing y promoción turística que busca informar, persuadir e influir en el cliente para que

este decida visitar el municipio. En este caso recibirá un puntaje de 4 pues los intermediarios y las demás corporaciones utilizan la publicidad por los distintos medios de comunicación (internet, radio, etc.) para dar a conocer la famosa Ruta del Agua, el Festival Náutico y demás fiestas que se realizan en Gachalá en las distintas épocas del año.

Por lo que se debe dialogar con ellos para que de igual manera ayuden a la correcta comercialización y distribución del producto turístico “SIE Gachalá Turístico” el cual ayudara a la diversificación de la oferta turística del municipio.

Determinación de las necesidades de intervención pública y privada

Luego del análisis detallado de las condiciones actuales del producto turístico en la realización del trabajo de campo junto a las entrevistas realizadas a los Prestadores de Servicios Turístico, Entes gubernamentales y Turistas, se detallaron los aspectos relevantes en los cuales se debe generar una inversión para el fortalecimiento del sector turístico dentro del municipio, principalmente en la actividad náutica y sus complementos; por ello el producto turístico SIE: Gachalá Turístico presenta los siguientes elementos que se deben tener en cuenta al momento de planificar y detallar las necesidades del sector, y entregar un portafolio de información con los productos relacionados al turismo náutico potenciales a ser desarrollados en el municipio de Gachalá. Los detalles definidos en torno a los procesos de participación de los diversos actores según Mincetur (2014) permitirán:

- Visualizar los beneficios que pueden surgir a raíz de la intervención en los elementos necesarios para la generación del producto turístico.
- Presentar un estimado de los beneficios y oportunidades económicas como consecuencias de la implementación y generación del producto turístico, según las variables de tiempo y costo.
- Establecer relaciones en torno al costo y beneficio generado dentro del producto turístico.

A continuación se representa el desglose de cada elemento enfocado en la determinación de necesidades ya sean por intervención pública o privada con su respectiva importancia:

Tabla 17. Elementos sugeridos para la implementación del costeo en el Producto Turístico SIE: Gachalá Turístico

ELEMENTOS	IMPORTANCIA
Espacios Publicitarios	<p>Es una herramienta que ayuda a crear y mejorar la relación del producto turístico náutico con el segmento de clientes potenciales, en donde la campaña permite la generación de estrategias comerciales para dar a conocer dicho producto que se desea ofrecer, a través de anuncios, volantes, folletos y las nuevas estrategias de publicidad virtual.</p>
Implementos para la realización de actividades náuticas	<p>Este es uno de los elementos más importantes a la hora de realizar actividades náuticas, teniendo en cuenta los elementos de seguridad, equipo y demás maquinaria exigidos para la utilización del Embalse del Guavio. Los implementos utilizados para las diferentes actividades náuticas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades náuticas: botes inflables, piraguas o tritones, remos, lanchas a motor, motos acuáticas, cañas de pescar, canoa tradicional. • Seguridad: Chalecos salvavidas, equipo y material de seguridad obligatorio a bordo (salvamento, navegación, extintor, armamento diverso y prevención de vertidos de aguas sucias), material pirotécnico (bengalas, cohetes y botes de humo), aros salvavidas, botiquín de primeros auxilios junto a su linterna. • Actividades relacionada a los sub-productos turísticos: Binoculares, botiquín de primeros auxilios, linterna.
Guías Turísticos	<p>Las Normas Técnicas Sectoriales para guías de turismo exponen unos parámetros que la persona a prestar el papel de guía de turismo debe estar capacitada según las instituciones validadas a nivel nacional y cumplir con la normatividad en torno a el porte de la tarjeta profesional de guía de turismo y encontrarse inscrito al RNT. El guía de turismo es la primera</p>

ELEMENTOS	IMPORTANCIA
	fuente de contacto en torno al turista y el destino turístico, el cual está en total capacidad de jugar un rol adecuado como embajador del destino, el generador de las experiencias del turista, siendo esta la persona que acompaña en todo su proceso al visitante.
Recolección de residuos	Se recomienda implementar en zonas denominadas como espacios turísticos, la implementación de material para el manejo de residuos en los destinos turísticos, tales como: canecas, señalización de zonas de desecho de basuras, shunts de basuras; con el objetivo de generar una mejor clasificación de residuos e inculcar en el turista el sentido de pertenencia por la zona visitas.
Capacitación a Prestadores de Servicios Turísticos	<p>Es uno de los elementos fundamentales del producto turístico, ya que a partir de los conocimientos y habilidades de los PST se puede prestar un servicio de calidad, cumpliendo con las normas de seguridad en cada actividad, fortaleciendo la oferta turística e impulsando el turismo nacional y extranjero.</p> <p>Por medio de la capacitación de los Prestadores de Servicios Turísticos se podrá generar servicios de calidad, los cuales cumplan con las expectativas de los turistas y así mismo genere una marca de recordación en el municipio en torno a su actividad turística. El objetivo de la capacitación es la recolección de información de cada ente relacionado con la actividad náutica en torno a los procesos de guianza, prestación de servicios, capacidad de carga de los atractivos, estaciones o temporada para la realización adecuada de los sub-productos y el mejoramiento continuo en el portafolio de productos y servicios.</p>

ELEMENTOS	IMPORTANCIA
Políticas de Uso	<p>Este elemento permite plantear unas reglas u obligaciones que el turista y los Prestadores de Servicios Turísticos debe cumplir en el proceso de desarrollo del producto turístico denominado SIE “Gachalá Turístico”, buscando cumplir con los parámetros de sostenibilidad y conservación del medio ambiente, el cual hace parte de la cultura y patrimonio de la comunidad gachaluna; todo esto en torno al reglamento manejado por la Compañía Naviera del Guavio, junto a las recomendaciones generadas a través del proceso investigativo de la normatividad tanto nacional como internacional que puede ser aplicada o utilizada como una base en pro de la supervivencia del medio natural y sobre todo del recurso hídrico.</p>
Contratos y Alianzas	<p>Los contratos permiten trabajar las actividades turísticas de la forma más correcta y pertinente, ya que por medio de ellos, se genera un acuerdo legal los aspectos manifestados entre dos o más personas. El objetivo primordial de la generación de contratos es el cumplimiento puntual de todos los temas hablado y acordados entre las partes, esto con la función de generar un lineamiento adecuado de los límites de cada PST en la realización de las actividades en cada sub-producto del producto turístico SIE “Gachalá Turístico”. Y por otro lado la alianza permite la unión entre dos o varios Prestadores de Servicios Turísticos para trabajar en un objetivo en común para el desarrollo de los sub-productos turísticos de SIE “Gachalá Turístico”, buscando generar calidad en la prestación de los servicios y el desarrollo de las actividades.</p>

Nota: Creación propia

Del cuadro anterior se deduce que los elementos descritos son parte de la inversión aproximada que el municipio debe implementar para el desarrollo del producto turístico náutico, las cuales se obtuvieron del proceso de búsqueda e investigación durante el trabajo de campo realizado en el municipio; con el objetivo de presentar a los entes gubernamentales una base de presupuesto y proyección de costos y beneficios en un periodo de un año, donde se evidencie la generación de rentabilidad que podría generar el adecuado manejo del producto y sub-productos, como una fuente de ingresos para el municipio y generador de empleos para los habitantes gachalunos. A continuación se presenta la tabla de presupuestos de los elementos necesarios y nombrados dentro de las necesidades de intervención pública y privada que se recomienda para el desarrollo del producto turístico SIE “Gachalá Turístico”.

Tabla 18. Elemento Espacios Publicitarios. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá

Producto turístico náutico SIE “Gachalá Turístico”

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	Mundo Eléctrico		El Colombiano		Publímetro	
Espacios Publicitarios	Banner página web (270x112 Pixeles)	\$ 1.000.000	Banner (728x90 / 300x250)	\$ 70.000	Lunes a jueves	\$ 660.963
	Landing page (1000x600 Pixeles)	\$ 2.500.000	Banner (220x90)	\$ 55.000	Viernes	\$ 802.581
	Banner Columna (120x130 Pixeles)	\$ 1.500.000	Banner Expandible (1000x30 / 300)	\$ 129.000	Sábado	\$ 697.036
	Promocional(519x107 Pixeles)	\$ 2.000.000	Banner Barra Flotante	\$ 98.000		
			Banner (300x100)	\$ 72.000		
			Banner (728x90)	\$ 55.000		
			Book Expandible (728x90 a 938x860)	\$ 188.000		
Total		\$ 7.000.000		\$ 667.000		\$ 2.160.580

Nota: Creación propia

Tabla 19.Elemento Implementos para la realización de actividades náuticas. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.

Producto turístico náutico SIE “Gachalá Turístico”

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	Easy & Store your boat		Alianzas PST y Entes Gubernamentales		Lalizas Colombia & El Vaquero	
Implementos para la realización de actividades náuticas	Actividades náuticas		Lanchas (El municipio cuenta con 8 lanchas a motor) - Mantenimiento lanchas a motor	\$ 150.000	Implementos de Seguridad	
	Kayak inflable individual + remo	\$ 300.000	Motonáutica (Son alquiladas a través de la empresa Mirador Los Monolitos de Guatavita, la cual cuenta con 10 motonáuticas y el alquiler es por día)	\$ 500.000	Chaleco Sencillo para Kayak	\$ 109.000
	Bote Inflable Intex Explorer dos personas	\$ 66.000			Aros salvavidas	\$ 123.883

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	Easy & Store your boat		Alianzas PST y Entes Gubernamentales		Lalizas Colombia & El Vaquero	
Bote Inflable para 1 Persona Tidal Wave	\$ 44.000			Kit de primeros auxilios CIS MEDICAL	\$ 205.785	
Remo doble Retoplast	\$ 120.000			Material pirotécnico (bengalas, cohetes y botes de humo)	\$ 240.000	
Caña de pescar	\$ 32.400					
Canoa tradicional	\$ 183.900					
Actividades relacionadas a los sub-productos turísticos						
Binocular Meade Travel View	\$ 180.000					

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	Easy & Store your boat		Alianzas PST y Entes Gubernamentales		Lalizas Colombia & El Vaquero	
Didakay Super Brillante Led Linterna Táctica 3000 Lumen Con	\$ 87.700					
Total		\$ 1.014.000		\$ 650.000		\$ 678.668

Nota: Creación propia

Tabla 20. Elemento Recolección de Residuos. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.

Producto turístico náutico SIE “Gachalá Turístico”

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	ISS Industrial		Makro		Rotoplas	
Recolección de Residuos	Señalización zonas de desecho	\$ 120.000	Contenedores residuos clasificados	\$ 199.900	Container 360 litros	\$ 243.300
	Contenedores residuos clasificados	\$ 60.000				
Total		\$ 180.000		\$ 199.900		\$ 243.300

Nota: Creación Propia

Tabla 21. Elemento Capacitación a prestadores de servicios turísticos. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.

Producto turístico náutico SIE “Gachalá Turístico”

ELEMENTOS	FUENTE 1		FUENTE 2		FUENTE 3	
	Empresa	Valor	Empresa	Valor	Empresa	Valor
	MinCIT		FONTUR			
Capacitación a prestadores de servicios turísticos	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a lo largo del año genera una serie de capacitaciones de carácter gratuito para el mejoramiento de la prestación de servicios turísticos a entidades, organizaciones y personas naturales o jurídicas relacionadas con el sector de turismo.	No aplica	El Fondo Nacional de Turismo en alianza con el SENA han ido desarrollando programas de capacitación en idiomas y servicio al cliente, buscando mejorar los procesos de calidad y competitividad del sector turístico y hotelero.	No aplica		

Nota: Creación propia

Tabla 22. Elemento Políticas de Uso, Contratos y Alianzas y Guías Turísticas. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.

Producto turístico náutico SIE “Gachalá Turístico”

ELEMENTOS	FUENTE 1	
	Empresa	Valor
Políticas de Uso	Las políticas de uso son generadas, acordadas y pactadas por el municipio de Gachalá, en colaboración de entes privados y políticos que posean relación estrecha con la actividad turística	No aplica
Contratos y Alianzas	Las políticas de uso son generadas, acordadas y pactadas por el municipio de Gachalá, en colaboración de entes privados y políticos que posean relación estrecha con la actividad turística	No aplica
Guías Turísticas	Los guías turísticos son proporcionados por la empresa de turismo CorGachalá a cargo de Alejandro Carillo.	

Nota: Creación propia

Los valores contemplados en las tablas 18, 19, 20 y 21 hacen referencia al monto aproximado que se obtuvo en la búsqueda del presupuesto recomendado a tener en cuenta por el municipio para la implementación y el desarrollo adecuado del producto turístico SIE “Gachalá Turístico”; la información de búsqueda recolectada hace referencia a fuentes de proveedores que pueden ser utilizados por el municipio de Gachalá para la adquisición o el alquiler del equipamiento de las actividades náuticas, teniendo en cuenta el presupuesto invertido anualmente por el municipio en el sector turístico y la generación de empleos en la zona; los datos establecidos en la tabla son actuales y le brindan a Gachalá una base sólida de búsqueda de precios, empresas y demás entes relacionados con toda la parte de planificación, promoción, desarrollo y utilización del medio acuático conocido como El Embalse del Guavio en actividades de índole recreativo y de ocio y esparcimiento dentro del territorio con un enfoque turístico y sostenible.

De igual manera se debe realizar las respectivas proyecciones de ventas que tendrá cada subproducto para que de esta manera el municipio pueda evidenciar en que temporadas es factible realizar cada uno de ellos, que ingresos, costos y gastos generara cada uno, y lo más importante que utilidad dejara. Cabe recordar que son proyecciones estimadas con valores ficticios, pues nuestro proyecto no enfoca la venta del producto turístico sino de la propuesta para que el municipio implemente el producto turístico náutico con un enfoque sostenible como ayuda a la diversificación de la oferta turística del municipio de Gachalá.

El cuadro de proyecciones de ventas muestra en que meses se puede realizar cada subproducto, la cantidad de veces que se puede realizar, y los precios que se manejarán tendrán como numeración la capacidad de carga para cada uno que es de 10 personas. Por lo que todos los valores de los gastos del cuadro serán multiplicados por 10.

En lo que respecta a las actividades a realizar en cada subproducto los precios que se manejarán serán aproximados, pues como tal los precios los establecerán las personas encargadas del producto turístico en el municipio de Gachalá debido a que nosotras estamos brindando los precios pero en lo que respecta a inversiones.

Los primeros precios que se manejarán serán los de las actividades náuticas del subproducto SIE Acuático, los cuales están de la siguiente manera:

Tabla 23. Precio Actividades Náuticas, SIE Acuático

Actividades Náuticas	Precio	Descripción
Clases de kayak	\$ 400.000	Grupos de máximo 8 personas- 18 horas de clase teórico- prácticas(\$ 50.000 por persona)
Motonáutica	\$ 15.000	Por persona 20 minutos realizando recorrido en la Represa
Paseos en lancha	\$ 7.000	Por persona realizando 2 vueltas a la represa
Canoa tradicional	\$ 7.500	Por persona, 20 minutos
Pesca deportiva	\$ 3.500	Kit por persona que consta de caña, carnada y balde
Vóley en arena	\$ 10.000	Por equipos de 4 personas (\$2.500 por persona), por 2 sets (50 puntos)
Utilidad del 30%	\$ 27.900	Por persona
TOTAL	\$ 120.900	Por persona

Nota: Creación propia

Los precios estimados para las actividades ecológicas del segundo subproducto que se manejara serán:

Tabla 24. Precios estimados para Actividades Ecológicas

Actividades Ecológicas	Precio	Descripción
Senderismo	\$ 276.000	Por grupos de 10 personas, con implementos.
Caminatas ecológicas	\$ 40.000	Por persona
Cabalgatas	\$ 50.000	Por persona realizando 1 hora y media de cabalgata
Charlas	\$ 400.000	Dos días de charlas para grupos de 10 personas máximo.
Utilidad del 30%	\$ 47.280	Por persona
TOTAL	\$ 204.880	Por persona

Nota: Creación propia

Por último los precios estimados que se utilizarán para las actividades en torno al paisaje del subproducto número tres serán:

Tabla 25. Precios estimados para Actividades Paisajísticas

Actividades paisajísticas	Precio	Descripción
Avistamiento de aves, observación flora y fauna en los miradores y recorrido en el Embalse del Guavio	\$ 120.000	Por persona, los cuales incluyen equipo durante el recorrido para la observación de aves, flora y fauna, guianza durante el recorrido.
Picnic	\$ 100.000	Por pareja, incluye canasta, mantel, dos refrigerios según la elección de alimentos del pax, servilletas y cubiertos. (\$50.000 por pax)
Utilidad del 30%	\$ 51.000	Por persona
TOTAL	\$ 221.000	Por persona

Nota: Creación propia

Seguido de los precios estimados para las actividades de cada subproducto que se va a presentar, se genera un cuadro de sugerencia en donde se identifica el máximo a realizar en cada sub-producto mes a mes. Esto quiere decir que se realizara una proyección de cuantas veces al mes se puede realizar cada subproducto, esto con el fin de no dañar la naturaleza de los atractivos naturales y de igual manera continuar con los lineamientos de sostenibilidad para el cuidado de la flora y fauna, además de un modelo para el municipio de los índices recomendados para la utilización de los recursos naturales del municipio de Gachalá.

Tabla 26. Proyección de ventas mes a mes sub-productos

SUBPRODUCTO	Proyección mes a mes por un año											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
SIE Acuático	3			2		2	2			4	2	3
Eco-SIE	2		2	2		3				2		2
SIE Paisajístico	2			2		3	3			3		3

Nota: Creación propia

Así mismo es necesario resaltar que la proyección para el proyecto en el municipio de Gachalá se da hasta el punto de presentar la idea a la alcaldía municipal y a las entidades municipales de la región, con el fin de que esta región y sobre todo Gachalá posea un documento base en donde se evidencie la viabilidad de la generación de turismo náutico no sólo en las fechas del FestiGuavio, sino en otros meses diferentes. Igualmente las ideas presentadas en el desarrollo del diseño del producto turístico son una base que pueden ser utilizadas en la promoción y desarrollo del turismo en la Región del Guavio a través del recurso hidroeléctrico que se presenta.

Cabe resaltar que en el cuadro anterior solo se evidencio la proyección en los meses que representan temporadas altas, esto con el fin de generar mayores ingresos en torno al turismo náutico en el municipio, de igual manera se realizó así porque estos son los meses que la gente más frecuente para viajar y conocer lugares nuevos. A la hora de establecer la cantidad de veces que se realizaría cada subproducto, se realizó de esta manera para que en los meses que están en blanco como representan temporada baja se aprovecharía para que los sitios en los que se realicen las actividades no se afecten en la flora y fauna de ellos.

A continuación se mostrarán las proyecciones en lo que respecta a ingresos, costos y gastos por cada subproducto, pues de esta manera será más fácil evidenciar que tan viable podría ser implementar las actividades en el municipio de Gachalá en torno a diversificar la oferta ya existente.

Tabla 27. Ingresos, costos y gastos Sub-productos

POR 10 PERSONAS	SIE NÁUTICO	ECO-SIE	SIE PAISAJISTICO
<i>INGRESOS</i>			
Actividades	\$ 1.209.000	\$ 1.888.500	\$ 2.210.000
Alojamiento	\$ 500.000	\$ 800.000	\$ 850.000
<i>Alimentación</i>			
Desayuno	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Almuerzo	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
<i>COSTOS</i>			

POR 10 PERSONAS	SIE NÁUTICO	ECO-SIE	SIE PAISAJISTICO
Actividades	\$ 930.000	\$ 1.576.000	\$ 1.700.000
GASTOS			
Sueldos	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 737.717
Gastos Financieros	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Servicios Públicos	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Nota: Creación propia

Todos los valores de los ingresos y costos están multiplicados por 10 personas, pues las actividades se van a realizar con un grupo de mínimo 10 personas. Los valores de sueldos en los gastos están por una sola persona, pues para la realización de las actividades solo se va a necesitar de una sola persona experta en los temas de las actividades respectivas a cada subproducto.

En lo que respecta a los cálculos de las proyecciones, el siguiente cuadro mostrara todo lo relacionado a las deducciones necesarias para hallar la utilidad neta, sin tener en cuenta los valores de utilidad antes de impuestos, pues ya la entidad encargada de la comercialización se encargara de establecer si los establecimientos pagan impuestos al IPC y al IVA. Cabe resaltar que los valores evidenciados en las casillas de utilidad no están multiplicados por el número de veces que se pretende realizar cada subproducto en el municipio de Gachalá.

Tabla 28. Utilidad neta Sub-productos

	SIE Acuático	Eco- SIE	SIE Paisajístico
Ventas Netas	\$ 1.859.000	\$ 2.838.500	\$ 3.210.000
(-) Costo de Venta	\$ 930.000	\$ 1.576.000	\$ 1.700.000
(=) Utilidad Bruta	\$ 929.000	\$ 1.262.500	\$ 1.510.000
(-) Gastos Operacionales	\$ 787.717	\$ 787.717	\$ 787.717
(=) Utilidad Operacional	\$ 141.283	\$ 474.783	\$ 722.283
(-) Gastos no operacionales	0	0	0
(-) Ingresos no operacionales	0	0	0

(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 141.283	\$ 474.783	\$ 722.283
(-) Impuesto IPC e IVA			
(=) Utilidad Neta	\$ 141.283	\$ 474.783	\$ 722.283

Nota: Creación propia

Expresión Gráfica del producto turístico

Logo producto turístico náutico: SIE “Gachalá Turístico”

En este apartado se presenta la parte visual correspondiente al diseño del producto turístico náutico y las características que engloba; para caracterizar el diseño del producto se elabora el logo representativo de la idea planteada a lo largo del proyecto de investigación, así como los sub-logos de los tres sub-productos turísticos que conforman a SIE “Gachalá Turístico”. El nombre del producto turístico parte del pilar más importante de la investigación, en este caso las actividades náuticas, las cuales presentan la potencialidad de implementación en el Embalse del Guavio, agregando que su nombre se da a partir de la cultura Chibcha, grupo indígena representativo de la región, el cual utilizaban la palabra “SIE” para hacer referencia al recurso hídrico que poseían y que en la actualidad en el municipio de Gachalá es uno de los más representativos y es un elemento que atrae al turista a visitar la región.

Para el logotipo del producto turístico y de sus correspondientes sub-productos se utilizaron formas que resaltan la cultura prehispánica Chibcha, teniendo en cuenta, principalmente que el nombre del producto turístico nace de allí; se incluyen formas representativas de la corona de “SIE”, que hace referencia a la Diosa del Agua. Por otro lado las formas circulares que se presentan en el logo principal del producto turístico SIE “Gachalá Turístico” hacen referencia a la unión de todos los atractivos, actividades, servicios y demás componentes de los sub-productos turístico como la suma de un todo, resaltando la diversidad de oferta turística que posee el municipio de Gachalá y que puede implementado como resultado del trabajo de campo

realizado a lo largo del desarrollo del proyecto investigativo. A continuación se presenta el resultado final de SIE “Gachalá Turístico”:



Ilustración 27: Logo SIE “Gachalá Turístico”

Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

Para cada sub-producto se realizó independientemente un logo el cual comparte características como colores y elementos del logo del producto principal; estos logos hacen referencia a la actividad que engloba cada sub-producto diseñado; a continuación se realiza la explicación de las características visuales de los elementos del logo:

Los colores utilizados en el diseño de cada logo parten de las siguientes características:

- Verde: Esta tonalidad se seleccionó de acuerdo a uno de los colores representativos del municipio de Gachalá y al Embalse del Guavio, el cual se caracteriza por ser una zona fuente de vida para la flora y fauna del ecosistema que habita en esta zona; así mismo hace alusión a uno de los hechos históricos más importantes que tuvo el municipio en el año 1.967, época en la cual fue hallada la esmeralda más grande del mundo con aproximadamente 7.025 quilates llamada La Emilia.
- Amarillo: Hace referencia al color característico que poseían los elementos precolombinos, y a su vez, a la riqueza con la cual cuenta el municipio de Gachalá.
- Negro: El color negro da un aspecto de elegancia y tradición, dándole como base a cada uno de los logos ese elemento sofisticado y poder que ejerce sobre los mismos

- Blanco: Es el color universal que genera paz y pureza, se utilizó debido al equilibrio que se quiere generar entre los atractivos que posee el municipio y la experiencia que el turista va a adquirir en la realización de las actividades planteadas en cada sub-producto.

De acuerdo a lo anterior se plantean los siguientes logos de cada sub-producto con sus características:

- SIE Acuático: En el diseño de la estructura del logotipo se utilizaron elementos representativos de la corone de SIE, conocida como la Diosa del Agua para la cultura Chibcha, siendo patrona del recurso hídrico que poseía la naturaleza y como fuente de vida y crecimiento no solo para el ser humano, sino para todo ser viviente que hiciera parte de la riqueza natural.



Ilustración 28: Logo SIE Acuático.

Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

- Eco-SIE: Con el diseño de este sub-producto se busca inculcar en el turista el cuidado y la protección del medio natural que posee la región, la cual hace parte del atractivo y del patrimonio de la zona; las características de este logo se enfocan en la diversidad que se puede observar en el municipio en los recorridos ecológicos habilitados en algunas zonas naturales; a esto se le suma que Gachalá posee una parte del PNN Chingaza hogar de especies representativas de la zona, así como la alusión de la fuente de alimento y sustento de la cultura chibcha como lo eran los recursos otorgados por medio de la madre tierra.



Ilustración 29: Logo SIE Acuático.

Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

- SIE Paisajístico: Para este sub-producto se utilizaron formas alusivas al ecosistema que rodea al municipio y sus diversos paisajes que atraen a turistas de todas las regiones del país, así como la representación de la naturaleza por la cultura chibcha en la conservación, protección y adoración a la madre naturaleza. En este caso el logo también resalta el hogar donde residen diferentes especies endémicas de la zona que hacen parte del avistamiento de aves que se puede observar en el municipio, algunas de estas especies son: Gorrión Ocráceo, Colibrí Verde, Polilla de Monte, Vivuá de Antifaz.




Ilustración 30: Logo SIE Paisajístico.

Diseñado por Jhonatan Naranjo (Diseñador gráfico)

Expresión Gráfica SIE “Gachalá Turístico” y sub-productos

Finalizando con el proceso del diseño del producto turístico se plantea el esquema del gráfico del producto turístico macro conocido como SIE “Gachalá Turístico”, con el propósito de presentar los componentes evaluados y valorizados en cada sub-producto, así como los servicios complementarios y el espacio en el que serán ejecutados cada uno de los sub-productos desarrollados y desglosados anteriormente. El gráfico presentado a continuación ilustra claramente todos los elementos que comprende el producto turístico como resultado final del trabajo investigativo y del trabajo de campo documentado a lo largo de este documento.

Tabla 29. Leyenda Diseño Producto Turístico SIE “Gachalá Turístico”

LEYENDA	
	Destino turístico – Producto turístico SIE “Gachalá Náutico”
	Sub-producto turístico SIE Acuático
	Sub-producto turístico Eco-SIE
	Sub-producto turístico SIE Paisajístico
	Ubicación
	Actividades Náuticas
	Puerto Las Palmas
	Fauna
	Flora
	Avistamiento de especies endémicas de la zona
	Zona de miradores
	Cabalgatas
	Zona de picnic
	Excursiones

LEYENDA	
	Zona de desechos de residuos
	Servicios complementarios
	Servicios de restauración
	Hotel
	Alojamiento
	Túnel

Nota: Creación propia

Para concluir el diseño del producto turístico y presentar su información detallada se genera la realización de un brochure turístico el cual contiene específicamente los tres sub-productos caracterizados en este capítulo y el gráfico del espacio de cada uno de ellos; esto con el fin de presentar al municipio de Gachalá una idea de canal de comunicación del proyecto turístico denominado SIE “Gachalá Turístico”.

Cerrando con el capítulo, se presenta el diseño y distribución del brochure con la información previamente recolectada a través del trabajo de campo realizado; el brochure contiene información sobre los 3 sub-productos turísticos diseñados en este capítulo y el gráfico del espacio utilizado para la realización de las actividades según la temática:



Ilustración. Brochure de SIE “Gachalá Turístico”

Diseñado Por: Jonathan Naranjo (Diseñador Gráfico)

Conclusiones

Finalizando con el proceso investigativo se logró concluir que el municipio de Gachalá presenta un gran potencial en el sector turístico a través de los atractivos representativos de la región y el patrimonio cultural inmaterial que posee la comunidad gachaluna; a pesar de que el municipio presenta en el Plan de Desarrollo el avance en el sector turístico en torno al eco y agroturismo, se expone que Gachalá puede incrementar la oferta turística en torno a otras tipologías, como por ejemplo el turismo náutico, el cual a lo largo del proceso investigativo se logró concluir que para los turistas es un tipo de turismo atrayente que presenta diversas opciones para el disfrute de los consumidores de diversas edades; y que para el municipio puede ser una fuente de ingresos, fomentando la generación de empleos en torno al sector turístico y sus actividades complementarias.

Así mismo se reconoce que la oferta actual del municipio a pesar de que posee algunas falencias que debe mejorar, presenta un factor de servicio que atrae a los turistas por su cercanía a la cultura gachaluna a través del talento humano presente en cada PST identificado en la zona. Igualmente a través de las herramientas de recolección de información se logró identificar que el Prestador de Servicios Turístico CorpoGuavio se encuentra en proceso de acreditación en calidad y sostenibilidad en la parte de Ecoturismo y Turismo de Naturaleza; con el objetivo de lograr promocionar a Gachalá como un destino turístico enfocado en la protección y cuidado del medio ambiente y de los ecosistemas representativos de la zona.

Por último se reconoce que el trabajo de campo realizado facilitó la obtención de elementos utilizados en el diseño del producto turístico enfocado en las actividades náuticas potenciales en la zona, así como la unión de atractivos y potencialidades relacionadas con el Embalse del Guavio y la flora y fauna del municipio. El municipio de Gachalá actualmente cuenta con una infraestructura adecuada para el turismo, pero su oferta de producto y servicios turísticos se encuentra concentrada para una sola época del año, la cual es el mes de octubre durante el FestiGuavio; así mismo los prestadores no cuentan con su respectivo registro nacional de turismo actualizado, uno de los factores incluidos en el apartado de recomendaciones junto con otros aspectos que a pesar de ser reconocidos durante el análisis e investigación en el municipio quedan fuera del rango de trabajo del proyecto.

Recomendaciones

Finalizando el proceso de investigación desarrollado y plasmado en el presente trabajo de grado se generaron recomendaciones al municipio de Gachalá, las cuales pueden ser desarrolladas e implementadas para el mejoramiento de la actividad turística en el municipio y el cumplimiento de las metas y objetivos del Consejo Municipal presentados en el Plan de Desarrollo del Municipio de Gachalá 2016-2019; por lo tanto finalizando el proceso del diseño del producto turístico en el municipio de Gachalá, en la región del Guavio se presentan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda al municipio de Gachalá la división de la oficina de turismo, con el objetivo de hacer más fácil el proceso de búsqueda de información dentro del territorio, ya que en algunas ocasiones tanto turistas como equipos de investigación suelen confundir la oficina de desarrollo con la oficina de turismo encargada de la información turística de la zona.
- Es necesario que el municipio genere una actualización del inventario turístico completo de la zona, ya que el último registro que se posee data del año 2010 y muchos de los atractivos turísticos recopilados han sufrido cambios o mejoras en su infraestructura y características; así como se evidenció que el inventario no contaba con todos los atractivos que hacen parte del territorio gachaluno.
- Se recomienda que dentro de los planes de desarrollo del municipio de Gachalá se presenten propuestas para el mejoramiento del sector turístico de la zona, ya que se evidenció que Gachalá posee un gran atractivo natural y cultural, el cual puede ser utilizado en pro del desarrollo de la región y la generación de empleos; así como el direccionamiento de fondos para la mejora y mantenimiento de los mismos.
- En el proceso de investigación se reconoció que Gachalá posee una oferta hotelera diversa, sin embargo muchos de los establecimientos de alojamiento se encuentran sin su Registro Nacional de Turismo actualizado; lo que puede generar dificultades en el desarrollo óptimo de la actividad turística en la zona. Se recomienda que los Prestadores de Servicios Turísticos generen la inscripción y actualización de su debido Registro Nacional de Turismo.
- Uno de los aspectos que se deben promover para la mejora del sector turístico es la integración de la dirección de turismo a las redes sociales y la actualización de la página

oficial del municipio, esto con el objetivo de que los turistas interesados en conocer la zona puedan obtener información actual y de fuentes confiables para generar una afluencia de turistas que aporten y generen ingresos a la región.

- Otro factor importante que se puede mejorar dentro del municipio para la prestación de servicios de calidad es la capacitación de los Prestadores de Servicios Turísticos que se encuentran dentro de Gachalá, esto con el objetivo de mejorar las habilidades que posean las organizaciones empíricas las cuales presentan la disposición de servir a los turistas y muchas veces no poseen los conocimientos adecuados o pulidos para prestar sus servicios.
- Se recomienda desarrollar acciones por parte de la administración municipal para mitigar impactos negativos en las zonas naturales y senderos utilizados de forma turística dentro del territorio y reducir la capacidad de carga en los atractivos naturales y culturales que se poseen; a través de la investigación realizada se recomienda a los Prestadores de Servicios Turísticos realizar actividades con un máximo de 15 a 20 personas para conservar el área natural de Gachalá.
- En la investigación se concluyó que es necesario que el municipio de Gachalá en compañía de las empresas que manejan el Embalse del Guavio la generación de un reglamento o normatividad, la cual busque proteger el recurso hídrico, así como la presentación de políticas en torno al cuidado del Embalse por parte de turistas, Prestadores de Servicios Turísticos y la misma comunidad buscando preservar el atractivo por el cual Gachalá es reconocido comúnmente.
- Es necesario que el municipio implemente un proyecto de señalización en cada atractivo, con la información pertinente de los mismos; lo cual ayudará al desarrollo turístico de la zona y a la implementación adecuada del producto turístico náutico, ya que una de las falencias que posee el municipio es la falta de señalización e información de cada atractivo.
- Se recomienda al municipio de Gachalá generar procesos de integración entre la comunidad receptora y los Prestadores de Servicios Turísticos, con el objetivo de mejorar la participación en conjunto de estos actores de la oferta turística, con el objetivo de generar mejores experiencias a los turistas que visiten la zona.
- Se recomienda al municipio de Gachalá generar o implementar políticas sostenibles en los atractivos, inculcando no solo en la comunidad receptora sino también en los visitantes y Prestadores de Servicios Turísticos el cuidado y la conservación del medio natural, el cual es

hogar de especies endémicas de la zona; es por esto que es necesario generar una cultura que favorezca a la actividad turística en Gachalá.

- Una de las debilidades resaltada en el proceso de investigación es la falta de promoción turística que se genera para el municipio de Gachalá; es por esto que se recomienda a los entes gubernamentales la generación de proyectos de promoción de las diferentes tipologías de turismo que se pueden desarrollar en el territorio.
- Para los Prestadores de Servicios Turísticos dentro del municipio de Gachalá se recomienda generar procesos de información de las actividades, productos y servicios que se pueden ofrecer en la zona, ya que lo evidenciado en el trabajo de campo destaca que la mayoría de turistas desconocen todas las actividades náuticas que se pueden realizar en el Embalse del Guavio, así como los organismos encargados de las mismas.
- Finalizando se recomienda al municipio la generación de un espacio de atención, quejas, reclamos e inquietudes de los visitantes del municipio, esto con el objetivo de generar un proceso de mejora en cada servicio ofrecido a los turistas buscando generar ventajas en el municipio y presentar a Gachalá ante los visitantes con un municipio enfocado en la prestación de servicios de calidad.

Referencias

- Acerenza, M. A. (1990). *Agencia de Viajes Organización y Operación*. México: Trillas.
- Antonio Escobar, Y. G. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- Armada Nacional de Uruguay. (5 de Julio de 2016). *Disposición Marítima N° 165*. Obtenido de Disposición Marítima N° 165:
http://www.armada.mil.uy/ContenidosPDFs/Prena/Dirme/disposiciones_maritimas/dismar_165.pdf
- Asociación Española de Estaciones Náuticas. (05 de Julio de 2013). *Estaciones náuticas*. Obtenido de Estaciones náuticas: <http://www.estacionesnauticas.info/blog-nautico/turespana-y-estaciones-nauticas-promocionaran-conjuntamente-el-turismo-nautico-en-el-ambito-nacional-e-internacional/>
- Barreto, A. P. (30 de Mayo de 2010). *Globeret*. Obtenido de Globeret:
<http://gachala.globered.com/categoria.asp?idcat=29>
- Beltrán, G. M. (2016- 2019). *Plan de Desarrollo "Juntos Construimos Progreso"*. Gachalá : N.A.
- Beltrán, G. M. (2016). *Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca*. Obtenido de Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#2>
- Bensey, G. (2009). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:
<http://www.redalyc.org/pdf/276/27621944003.pdf>
- Bretones Gallardo, M. Á. (2006). *UPC. Universitat Politècnica de Catalunya. BarcelonaTech*. Obtenido de UPC. Universitat Politècnica de Catalunya. BarcelonaTech:
<http://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/4373>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión . (4 de Marzo de 2015). *Reglamento de la Ley de Navegación y Comercio Marítimos* . Obtenido de Reglamento de la Ley de Navegación y Comercio Marítimos :
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LNCM_040315.pdf

- Carrasco, S. F. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*, 14.
- Colombia, U. N. (2000). *Sistema de Documentación e Información Municipal*. Obtenido de Sistema de Documentación e Información Municipal:
<http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/2000%20gachal%C3%A1%20cap%20i%20ii%20y%20iii%20socioecon%C3%B3mico.pdf>
- Destinos del Perú. (2014). *Manual Para La Planificación de Productos Turísticos*. Lima: SWISS CONTACT.
- Destinos del Perú. (2014). *Manual Para La Planificación de Productos Turísticos*. Lima: SWISS CONTACT.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- García, C. D., & Sinclair, P. M. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid: Paraninfo S.A.
- GMM Consultores Turísticos . (Septiembre de 2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo* . Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=64606&name=4._Estudio_de_Turismo_Nautico.pdf&prefijo=file
- Gobernación de Cundinamarca-IDECUT. (2010). *Inventario de atractivos turísticos municipio de Gachalá*.
- González, B. (16 de Septiembre de 2017). Atractivos Turísticos Municipio de Gachalá. (P. H. Yineth Cuevas, Entrevistador)
- Hosteltour. (16 de julio de 2017). *hosteltour*. Obtenido de hosteltour:
https://www.hosteltour.com/123103_perfil-turista-utiliza-charter-nautico-espana.html
- ICONTEC. (11 de Diciembre de 2014). *Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- TS 001-1*. Obtenido de Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- TS 001-1:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=75404&name=NTS_TS_001-1_PUBLICADA_MINCIT.pdf&prefijo=file

- Javaloyes, E. G. (Julio de 2012). *Universidad de Alicante*. Obtenido de Universidad de Alicante:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44406/1/TFM_Enrique_Gomez_Javaloyes.pdf
- Klainer, V. (2013). *Segmento Itam*. Obtenido de Segmento Itam:
<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>
- Kotler, P. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid : Pearson Educación.
- MinCIT. (23 de Noviembre de 2006). *Alcaldía de Bogotá*. Recuperado el 26 de Septiembre de 20017, de Alcaldía de Bogotá:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>
- MinCIT. (2010). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:
<file:///C:/Users/Administrator/Downloads/MetodologiaInventarioTuristicos2010.pdf>
- MinCIT. (26 de Marzo de 2014). *MinCIT*. Obtenido de MinCIT:
http://www.mincit.gov.co/publicaciones/9318/turismo_nautico_un_sector_con_gran_potencial_en_colombia
- Ministerio de Transporte . (2015). *resolución de 2015* . Obtenido de resolución de 2015 .
- Ministerio de Turismo . (Septiembre de 2014). *Resoluciones y Normativas Federales al Turismo Nautico* . Obtenido de Resoluciones y Normativas Federales al Turismo Nautico :
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/secretaria_politicas/dpd/Va_de_Mecum_Turismo_Nautico_versao_final_jan_2015_final.pdf
- Ministerio de Turismo y Deporte . (Junio de 2011). *Plan Nacional de Turismo Nautico de Uruguay*. Obtenido de Plan Nacional de Turismo Nautico de Uruguay:
https://issuu.com/uruguaynatural/docs/plan_nacional_de_turismo_nautico_1
- Morillo, M., & Coromoto, M. (2011). *Redalyc*. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Municipio de Gachalá. (2011). *Gachalá-Cundinamarca*. Obtenido de Gachalá-Cundinamarca:
<http://www.gachala-cundinamarca.gov.co>

- Municipio de Gachalá. (08 de Agosto de 2013). *Municipio de Gachalá*. Obtenido de Municipio de Gachalá: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml?apc=bkxx-1-&x=1832511>
- Municipio de Gachalá. (27 de Septiembre de 2016). *Alcaldía de Gachalá - Cundinamarca*. Obtenido de Alcaldía de Gachalá - Cundinamarca: http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml#historia
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 24. Obtenido de Cuadernos de Turismo.
- Nieto, E. P. (4 de 03 de 2015). *Reglamento de la Ley de Navegación y Comercio Marítimos*. Obtenido de Reglamento de la Ley de Navegación y Comercio Marítimos: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LNCM_040315.pdf
- Ortegon, J. A. (1938). *El idioma chibcha o aborigen de Cundinamarca*. Bogotá: Imprenta del Departamento.
- P., M. a. (2013). *ucipfg*. Obtenido de ucipfg: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Parmerlee, D. (1998). *Identificación de los Mercados Apropriados*. Barcelona: Ediciones Juan Granica S.A.
- Plan de Desarrollo 2016- 2019 "Juntos Construimos Progreso". (2016). *Municipio Gachalá-Cundinamarca*. Obtenido de Municipio Gachalá- Cundinamarca: http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=1990136
- Plan de Gestión Ambiental Regional PGAR-CORPOGUAVIO 2013-2023. (2016). *Municipio Gachalá-Cundinamarca*. Obtenido de Municipio Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#2>
- Programa de Transformación Productiva (PTP). (2014). *Banco de Comercio Exterior de Colombia*. Obtenido de Banco de Comercio Exterior de Colombia: <https://www.ptp.com.co/documentos/Documento%20Tecnico%20GUIA%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS.pdf>

- Quesada, V. F. (1 de Octubre de 2004). *Reglamento de Turismo Nautico* . Obtenido de Reglamento de Turismo Nautico :
http://www.sct.gob.mx/fileadmin/_migrated/content_uploads/101_Reglamento_de_Turismo_Nautico.pdf
- s.n. (Septiembre de 1972). *Sistema Argentino de Información Jurídica*. Obtenido de Sistema Argentino de Información Jurídica: <http://www.saij.gob.ar/3859-local-mendoza-reglamentacion-actividades-nauticas-provincia-lpm0003859-1972-09-26/123456789-0abc-defg-958-3000mvorpyel>
- Salazar, D. V. (01 de Diciembre de 2015). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/handle/10654/7748>
- Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable . (2014). *Reglamento General de Náutica 2014-2015*. Obtenido de Reglamento General de Náutica 2014- 2015:
http://ambiente.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/14/2015/01/Reglamento_Nautica.pdf
- Secretaria de desarrollo económico del municipio. (2016). *Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca*. Obtenido de Alcaldía de Gachalá-Cundinamarca: <http://www.gachala-cundinamarca.gov.co/index.shtml#1>
- Secretaria de Turismo de Argentina . (24 de Junio de 2009). *Norma Argentina IRAM-SECTUR 42560*. Obtenido de Norma Argentina IRAM-SECTUR 42560:
http://aplicaciones.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM_SECTUR/normas%20completas/42560.pdf
- SERNATUR (Servicio Natural de Turismo). (Diciembre de 2015). *Asesores en turismo Perú*. Obtenido de Asesores en turismo Perú:
<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

- Tendències. (2011). *Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci: PCT*. Obtenido de Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci: PCT: http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/PCTturisme_Tendències_6_7_2011_CAST.pdf
- Tourism Consulting S.A.S. (Julio de 2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>
- Universidad Externado de Colombia. (2000). *Grupo Energía de Bogotá*. Obtenido de Grupo Energía de Bogotá: <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiSruT9j-7VAhVM7SYKHxKBDIQQFghAMAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.grupoenergiadebogota.com%2Fcontent%2Fdownload%2F549%2F5346%2Ffile%2FTomo%2520III.pdf&usg=AFQjCNFIF97v9ora8>
- Valiñas, R. F. (2009). *Segmentación de Mercados*. México D.F: MC. GRAW HILL.
- Varisco, C. (2013). *Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico*. Obtenido de Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Varisco, C. (2013). *Universidad Nacional de Mar de Plata*. Obtenido de Universidad Nacional de Mar de Plata: <http://www.mdp.edu.ar/#>
- Velásquez, G. T. (Julio de 2012). *MinCIT*. Obtenido de MinCIT: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>
- Villar, A. (2011). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Actividades Náuticas Recreativas	28
Ilustración 2: Sistema Turístico. Elaboración propia	36
Ilustración 3: Inventario turístico Embalse del Guavio – Municipio de Gachalá.	48
Ilustración 4: Inventario turístico Festival Náutico – Municipio de Gachalá	49
Ilustración 5: Inventario turístico Puente Farallones – Municipio de Gachalá	50
Ilustración 6: Inventario turístico Puerto Las Palmas – Municipio de Gachalá	51
Ilustración 7: Inventario turístico Mirador Barrio Korea – Municipio de Gachalá	52
Ilustración 8: Inventario turístico Mirador Ruta del Agua – Municipio de Gachalá	53
Ilustración 9: Inventario turístico Mirador Casco Urbano – Municipio de Gachalá	54
Ilustración 10: Asociaciones Existentes en el Municipio	59
Ilustración 11: Metas del Sector Cultura.	63
Ilustración 12: Área Total del Páramo Perteneceiente al Municipio de Gachalá	65
Ilustración 13: Área Total de Humedales Municipio de Gachalá	65
Ilustración 14: Reglamento para la utilización del Embalse del Guavio según EMGESA	80
Ilustración 15: Modelo de Identificación de Mercado	93
Ilustración 16: Municipio de Gachalá	103
Ilustración 17: Actividades náuticas durante el FestiGuavio 2017	104
Ilustración 18: Túnel entrada Gachalá vía Gama	105
Ilustración 19: Actividad Náutica – Motonáutica	110
Ilustración 20: Parapente municipio de Gachalá – CorGachalá	111
Ilustración 21: Observación concurso Pesca tradicional – FestiGuavio 2017	124
Ilustración 22: Secuencia de Desarrollo de un Producto Turístico	138
Ilustración 23: Vista Embalse del Guavio, Puente Farallones	147
Ilustración 24: Actividades Náuticas Sub-producto “SIE” Acuático.	149
Ilustración 25: Actividades Ecológicas Sub-producto “Eco-SIE”	150
Ilustración 26: Actividades Paisajísticas Sub-producto “SIE Paisajístico”	151
Ilustración 27: Logo SIE “Gachalá Turístico”	172
Ilustración 28: Logo SIE Acuático.	173
Ilustración 29: Logo SIE Acuático.	174

Ilustración 30: Logo SIE Paisajístico.

174

Ilustración 31: Formato único para la elaboración de inventarios turísticos.

222

Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación de atractivos turísticos OCEA-CICATUR	40
Tabla 2. Atractivos turísticos del municipio de Gachalá, inventario turístico IDECUT	43
Tabla 3. Clasificación de los atractivos turísticos del municipio de Gachalá, ExpoCundinamarca	44
Tabla 4. Atractivos turísticos seleccionados para el producto turístico en Gachalá	45
Tabla 5. Clasificación del Patrimonio Cultural del Municipio de Gachalá según los criterios de calidad	55
Tabla 6. Clasificación Festividades y Eventos del Municipio de Gachalá según los criterios de calidad	56
Tabla 7. Prestadores de Servicios Turísticos	68
Tabla 8. Prestadores de Servicios Turísticos en el Municipio de Gachalá	72
Tabla 9. Prestadores de Servicios Turísticos seleccionados para el producto turístico náutico en el municipio de Gachalá	75
Tabla 10: Actividades náuticas en el Embalse del Guavio	108
Tabla 11. Rango de edad de los turistas según PST y entes gubernamentales	118
Tabla 12. Cruce de Información medios de comunicación vs participación en el FestiGuavio	130
Tabla 13. Perfil Turista Náutico	133
Tabla 14. Componentes del Producto Turístico	139
Tabla 15. Diseño del producto turístico según Mincetur y PromPerú	139
Tabla 16. Conceptualización del producto turístico náutico en el municipio de Gachalá	140
Tabla 17. Elementos sugeridos para la implementación del costeo en el Producto Turístico SIE: Gachalá Turístico	156
Tabla 18. Elemento Espacios Publicitarios. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá	160
Tabla 19. Elemento Implementos para la realización de actividades náuticas. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.	161
Tabla 20. Elemento Recolección de Residuos. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.	163

Tabla 21. Elemento Capacitación a prestadores de servicios turísticos. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.	164
Tabla 22. Elemento Políticas de Uso, Contratos y Alianzas y Guías Turísticas. Presupuesto de Inversión Recomendado para el municipio de Gachalá.	165
Tabla 23. Precio Actividades Náuticas, SIE Acuático	167
Tabla 24. Precios estimados para Actividades Ecológicas	167
Tabla 25. Precios estimados para Actividades Paisajísticas	168
Tabla 26. Proyección de ventas mes a mes sub-productos	168
Tabla 27. Ingresos, costos y gastos Sub-productos	169
Tabla 28. Utilidad neta Sub-productos	170
Tabla 29. Leyenda Diseño Producto Turístico SIE “Gachalá Turístico”	177

Lista de gráficos

Gráfico 1: Turistas de actividades náuticas en España 2016	100
Gráfico 2: Falencias Turísticas Municipio de Gachalá	107
Gráfico 3: Análisis procedencia turistas	113
Gráfico 4: Motivo de viaje y duración del viaje	114
Gráfico 5: Tabla dinámica Motivo de viaje vs Duración	115
Gráfico 6: Tabla dinámica Procedencia vs Motivo de viaje	116
Gráfico 7: Análisis variables género, edad y ocupación	117
Gráfico 8: Tabla dinámica Género vs Edad	119
Gráfico 9: Actividades náuticas realizadas en el Embalse del Guavio	123
Gráfico 10: Promedio de Precios entre Turistas vs PST	125
Gráfico 11: Grupo de viaje vs Participación en las actividades náuticas	126
Gráfico 12: Medios de transporte utilizados por turistas	128
Gráfico 13: Canales de información vs Participación turística	129
Gráfico 14: Variable Hospedaje vs Restauración	132
Gráfico 15: Producto turístico: SIE “Gachalá Náutico”	176

Anexos

Anexo 1: Entrevista Prestadores de Servicios Turísticos, Entidades Gubernamentales y Turistas frecuentes.

Prestadores de Servicios Turísticos

Buenos días/tardes nosotras somos estudiantes de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniense de décimo semestre, estamos realizando el trabajo de investigación como opción de grado; dentro de este proceso estamos aplicando una serie de preguntas las cuales buscan destacar las variables geográficas, demográficas y psicográficas que definen el segmento de mercado adecuado para un producto turístico náutico específico para el Municipio de Gachalá.

La presente entrevista tiene como finalidad “Determinar el mercado objetivo interesado en un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá”, el proyecto tiene como pilar importante la creación de un producto turístico en torno a la actividad náutica en el municipio de Gachalá, en donde se destaque la realización de actividades náuticas en el Embalse del Guavio y el desarrollo sostenible del mismo, buscando generar a través de esta herramienta un acercamiento al perfil del consumidor.

Mirador Los Monolitos de Guatavita.

Nombre del entrevistado: Estela Garzón Martin

Perfil profesional: Trabajadora turística

Descripción del cargo actual: Propietaria del Mirador Los Monolitos de Guatavita
Cundinamarca

1. ¿Qué servicios turísticos ofrece como ente natural?

Es un mirador turístico, ofrezco una caminata ecológica hacia el volcán de la montaña, cabalgata diurna y nocturna, comida mexicana, peruana y colombiana, juegos de rana, tejo y mini tejo, ajedrez, domino y aguas termales.

2. ¿Qué servicios turísticos ofrece en el municipio de Gachalá?

Vengo como invitada del municipio de Gachalá por el señor alcalde, prestando la lancha y jeep moto jesky.

3. ¿Cuánto tiempo lleva ofreciendo los servicios turísticos en el municipio de Gachalá?

4 años aproximadamente con el municipio.

4. ¿Cuánto pagan los turistas por los servicios que ofrece la organización?

Eso depende el tiempo que usen, una tarifa de \$5.000 a \$10.000 por el uso del aparato y el recorrido que deseen hacer. Para grupos también depende del tiempo, pero una hora se cobra entre \$35.000 a \$40.000.

5. ¿Cuál es el rango de edad que poseen los turistas que adquieren los servicios?

Son personas mayores de edad, que tengan su mayoría de edad y no se encuentren en estado de embriaguez, de igual manera que utilice su chaleco, no pueden andar dentro del agua sin chaleco. Personas mayores de 18 años hasta 40 a 45 años.

6. ¿Con quién suelen viajar los turistas que reciben los servicios que ofrecen?

Los turistas suelen viajar con amigos o grupos de empresas, cuando ellos llegan suelen encontrar siempre a un guía.

7. ¿Qué factores fundamentales considera usted que le puedan llamar la atención al turista en Gachalá?

Los factores que le pueden llamar la atención es el agua y el clima, el agua es la que llama a la gente, es el motor de Gachalá.

8. ¿Qué canales de información y comunicación utilizan para ofertar los servicios y generar un enlace con los turistas?

Los canales utilizados son Facebook, TripAdvisor y otras páginas.

9. ¿Qué actividades náuticas desarrollan en el Embalse del Guavio en el municipio de Gachalá?

Las actividades que se realizan en el embalse son Moto Jesky y Lancha de Motor. Son traídas desde Guatavita, Cundinamarca.

10. ¿Cuál es la diferencia de su organización frente a otros prestadores de servicios turísticos que ofrecen servicios similares en Gachalá?

Explotar el Embalse, porque es un atractivo muy grande que lo están dejando desperdiciar, porque la gente lo que busca es el agua, es navegar.

11. ¿Cuál cree que sea el factor diferencial en turismo del municipio de Gachalá frente a otros municipios de la región del Guavio?

Indiscutiblemente vuelvo y repito que deberían explotar el embalse eso sería el factor diferencial que llamaría más el turismo porque la gente no sabe, no conoce el sitio que deberían aprovecharlo para la comunidad de Gachalá.

12. ¿Estaría usted dispuesto a realizar actividades turísticas náuticas en fechas diferentes al Festival Náutico?

Si me invitan claro que sí, porque para eso estamos.

13. ¿Cómo prestador de servicio turístico estaría dispuesto a organizarse con otros PST para ofertar un producto?

Lo haría porque me gusta y lo conozco muy bien, y viví eso en Guatavita 17 años y se cómo se trabaja.

14. Al momento de prestar los servicios dentro del municipio de Gachalá ¿Cómo es el manejo que se le da a las basuras y residuos generados en el desarrollo de las actividades?

Acá yo boto basura, porque exigimos mucho en Guatavita el aseo, porque el agua hay que cuidarla.

15. De acuerdo a su punto de vista profesional ¿Qué le hace falta al municipio de Gachalá para consolidarse como un destino turístico náutico?

Que haya más liderazgo, un líder para que lidere todo y tenga organización de la parte turística para que venga mucha gente y halla trabajo para la comunidad, en otras fechas más del festival náutico.

16. De acuerdo a su punto de vista profesional ¿Cuántos turistas suele visualizar en el municipio de Gachalá?

Suelo visualizar en el festival náutico alrededor de unos 800 turistas, entre niños y adultos que vienen a esta festividad.

17. Como prestador de servicio turístico estaría dispuesto a negociar con agencias de viajes para la prestación de un producto turístico náutico.

Claro que sí, porque la gente le gusta mucho lo náutico, y conozco lo náutico y me gustaría muchísimo poder realizar alianzas con diferentes agencias para ofertar las actividades náuticas.

18. ¿Cuánto es la capacidad de carga que maneja el PST al momento de realizar las actividades dentro del municipio?

Estoy capacitada de manejar grupos de 50 personas en lanchas, en unas 15 lanchas porque las tengo todas.

Prestador de Servicios Turísticos CorGachalá

Nombre del entrevistado: Vidal Alejandro Carrillo González

Perfil Profesional: Técnico profesional en guianza turística

Descripción del Cargo Actual: Gerente de CorGachalá

1. ¿Qué servicios turísticos ofrece como ente natural?

Tenemos toda lo que es la parte de turismo de naturaleza en el momento, caminatas ecológicas, tenemos lo que es la parte del agroturismo, tenemos la ruta de la panela, la ruta del café, la ruta del té, la ruta del frijol y la ruta ganadera. Tenemos también turismo religioso

2. ¿Cuánto tiempo lleva ofreciendo los servicios turísticos en el municipio de Gachalá?

Nosotros empezamos el proceso en el 2009, pero nosotros con Gachalá empezamos el proceso en el 2013.

3. ¿Cuánto pagan los turistas por los servicios que ofrece la organización?

Depende porque hay pasadías, hay dos días una noche, depende el plan. Más o menos un día de ruta del agua vale \$120.000 a \$150.000, dos días una noche \$300.000, tres días dos noches \$400.000, con todo incluido.

4. ¿Cuál es el rango de edad que poseen los turistas que adquieren los servicios?

Tenemos unos que son chicos entre los 8 años hasta los 15 años, y el resto extranjeros después de los 20 años, y grupos que vienen con yoga, que ya tienen de 40 años en adelante.

5. ¿Con quién suelen viajar los turistas que reciben los servicios que ofrecen?

Nosotros tenemos una alianza con lidertour que es nuestra parte de transporte en Bogotá, que es todo lo legalizado, entonces tenemos la alianza en el momento con ellos. Los turistas vienen con familia, con la pareja, o con amigos de la universidad.

6. ¿Qué factores fundamentales considera usted que le puedan llamar la atención al turista en Gachalá?

En el municipio las rutas que más impactan es la ruta de la esmeralda, otra es la parte de avistamiento de aves, que es un proceso que estamos iniciando, entonces hay turistas que les gusta el avistamiento de aves.

7. ¿Qué canales de información y comunicación utilizan para ofertar los servicios y generar un enlace con los turistas?

Nosotros tenemos artos canales, tenemos un periódico que se llama nueva región, tenemos una página web con ruta del agua, estamos creando la propia página web de CorGachalá, tenemos Instagram, Facebook, Twitter y estamos en la alianza con el Viceministerio de Turismo que nos ayuda a promocionar.

8. ¿Qué actividades náuticas desarrollan en el Embalse del Guavio en el municipio de Gachalá?

Bueno nosotros el tema náutico casi no lo manejamos en el momento, pero en el festival náutico se utilizan los deportes que más se desarrollan como lo es el canotaje, sky náutico, motonáutica, entre otros.

9. ¿Cuál es la diferencia de su organización frente a otros prestadores de servicios turísticos que ofrecen servicios similares en Gachalá?

La diferencia es que nosotros somos los pioneros en crear en el Guavio, la diferencia es que al mismo tiempo porque somos agencia de viajes, somos una organización sin ánimo de lucro que apoyamos proyectos para fortalecer los empresarios pequeños.

10. ¿Cuál cree que sea el factor diferencial en turismo del municipio de Gachalá frente a otros municipios de la región del Guavio?

El turismo de naturaleza, nosotros en Gachalá la diferencia es ese, la ruta esmeraldifera y todo el turismo de naturaleza que tenemos nosotros del corredor turístico.

11. ¿Estaría usted dispuesto a realizar actividades turísticas náuticas en fechas diferentes al Festival Náutico?

Si pero primero nosotros tenemos que conseguir una persona o una empresa que pueda trabajar en sociedad con nosotros, que este legalizada para prestar todo el tema náutico.

12. ¿Cómo prestador de servicio turístico estaría dispuesto a organizarse con otros PST para ofertar un producto?

Si claro nosotros buscamos que la gente se legalice para poder trabajar en común acuerdo y así poder hacer buenas alianzas para poder presentar proyectos a Fontur.

13. Al momento de prestar los servicios dentro del municipio de Gachalá ¿Cómo es el manejo que se le da a las basuras y residuos generados en el desarrollo de las actividades?

Tenemos una coordinación que se llama la Coordinación de Ambiente en CorGachalá y nosotros impartimos a los turistas que turista que lleva su basura, turista que la trae, y a los destinos que vamos como lo encontramos limpios y los dejamos limpio y llevamos una bolsita.

14. De acuerdo a su punto de vista profesional ¿Qué le hace falta al municipio de Gachalá para consolidarse como un destino turístico náutico?

Los alcaldes deben dejar dentro de sus planes de desarrollo de su alcaldía el tema de turismo, le hace falta eso, hace falta que se descentralice la oficina de turismo que sea independiente de la oficina de desarrollo social y de la oficina de desarrollo económico y tercero que dejen recursos a esas oficinas para poder pautar proyectos con Fontur y con el Viceministerio de Turismo.

15. ¿Cuánto es la capacidad de carga que maneja el PST al momento de realizar las actividades dentro del municipio?

Nosotros en la capacidad de carga que manejamos en los senderos, pues depende del sendero, mirar que puede entrar y que no puede entrar, por ejemplo nosotros tenemos senderos en donde se puede hacer un recorrido con 50 personas, con 10 o con 20, entonces uno mira la capacidad de carga tanto del sitio como los mismos guías que van.

Prestador de Servicios Tur Club Rompe Olas.

Nombre del entrevistado: James Sneider Bejarano

Perfil Profesional: Instructor de Natación y Kayak

Descripción del Cargo Actual: Instructor

1. Ofrecemos natación, recorridos por senderos, piscinas, el puente de Miraflores, kayak, motonáutica y gomones.
2. Llevo alrededor de 9 años ofreciendo los servicios en el municipio.
3. Se cobra según el tiempo que se demore la actividad en el Embalse, el turista escogería si desea realizar la actividad en la mañana o en la tarde y el precio aproximado serían unos \$30.000.
4. Personas de 18 años en adelante, y para los senderos también hacen parte personas de la tercera edad. Más o menos 10 años.
5. Con familia, demás acompañantes y grupos de empresas he manejado
6. Los factores que pueden llamar la atención al turista es más la afición, que se enfoquen más en el agua, que no es lo mismo que cualquier deporte sino que es de más de entrenar que de pasear.

7. El canal principal es internet, Facebook, Twitter.
8. Se realizan actividades como motonáutica, sky, canotaje, natación, canoa tradicional, pesca.
9. Somos una empresa mucho más dedicada, tenemos más responsabilidad con los grupos de turistas.
10. El factor diferencial es que Gachalá tiene el oro en las manos, tenemos la represa que es lo más importante y otros municipios no lo tienen, puede que tengan el material pero no tienen la represa.
11. Claro que sí, la organización estaría dispuesto a entrenar a turistas en otras fechas diferentes a las del festival náutico.
12. Si, estaría dispuesto a realizar alianzas con otros municipios, pero todo se manejaría a través de proyectos, viendo los proyectos se mira si se puede hacer una alianza.
13. Contamos en algunas áreas del municipio con las tres canecas, vidrio, cartón y papel, en cada una se hace hecha su respectivo desecho, sin embargo el embalse está contaminado
14. Más participación de los turistas, ya que algunas personas les da miedo lo extremo, pero lo practican y se enamoran del deporte.
15. En el festival náutico suelo visualizar unas 100 a 150 personas y en otras temporadas del año suele bajar en un 65%.
16. Claro, realizaría alianzas con agencias virtuales y presenciales en la ciudad de Bogotá y aledañas al municipio para que trajeran más turistas
17. La capacidad de carga que manejo máximo son 20 personas y trabajo individualmente con cada persona para enseñarles más sobre el tema.

Prestador de Servicios Turísticos CorGachalá.

Nombre del entrevistado: Wilmer Alexander Amaya Urrego

Perfil Profesional: Subdirector Comercial Corporación Ecoturística Gachalá (CorGachalá)

Descripción del Cargo Actual: Encargado del área comercial de CorGachalá

1. Los servicios que ofrece CorGachalá son de turismo de naturaleza, ecoturismo y todo lo que tiene que ver con las minas de esmeraldas, las cavernas, y obviamente todo el tema de avistamiento de aves y el tema de flora y fauna que hay en el municipio de Gachalá.
2. La corporación de Gachalá se creó en el año 2013 entonces vamos para cinco años de estar funcionando como corporación.
3. Tenemos varios productos obviamente el precio depende del plan que quiera tomar cada cliente, tenemos planes de un día, dos días y tres días. Los precios oscilan de acuerdo a lo que el turista quiera si está incluida la alimentación, el hospedaje pero lo único que sí que nosotros no exoneramos es el tema de la guianza.
4. Los servicios que están diseñados en CorGachalá se prestan para personas entre 6 y 80 años, la idea es que sea un tema muy incluyente donde puede participar tanto el niño como la persona mayor
5. Básicamente los clientes que nosotros manejamos son colegios tanto jóvenes bachilleres como universitarios y también temas empresariales y obviamente gente pensionada de la tercera edad también se le prestan servicios.
6. Básicamente lo que llama la atención acá en esta región del Guavio especialmente Gachalá es todo el tema de naturaleza.
7. En este momento estamos manejando en Facebook y el Instagram, digamos que son los canales que más movemos y en los cuales promovemos los servicios que prestamos.
8. Como mencione no está permitido desarrollar ninguna actividad náutica ahí, obviamente por antecedentes que han pasado de otras represas como el Peñón entonces eso está prohibido y está limitado pero obviamente aquí se podrían desarrollar actividades de sky, de kayak, de motonáutica entonces esas actividades se podrían realizar.
9. En la región del Guavio CorGachalá es la única corporación que presta esos servicios y que actualmente tiene el registro de turismo autorizado para prestar servicios y obviamente el producto diferenciador de nosotros es el tema de naturaleza y las minas de esmeralda las cuales únicamente las encontramos en Gachalá
10. La esmeralda digamos que es el diferenciador y atractivo natural de nuestra región.
11. Pero esta pregunta se me hace que es más para el cliente no para el operador.

12. De hecho CorGachalá es una agremiación que reúne a varios prestadores, nosotros como corporación agremia restaurantes, personas de hotelería de las veredas o de las zonas aledañas a la represa del Guavio
13. En el caso de CorGachalá los turistas que nosotros traemos la primera recomendación que le hacemos es que lo que ellos traen se lo llevan nuevamente entonces ese es el manejo que nosotros les damos
14. Hay varios factores que no han permitido el desarrollo del turismo dentro del municipio uno de ellos pues es la vía digamos que la vía no está en un estado adecuado entonces la gente le coge pereza a llegar acá a Gachalá, el otro tema es que Gachalá es una región de un estrato medio bajo entonces para promover ese atractivo tendríamos que buscar inversión de afuera
15. Digamos que el tema del turismo acá hay por hacer muchas cosas porque turista como tal en ninguna de las épocas del año viene, por decir el caso del festival náutico vienen los amigos de la niña que vive en Gachalá, vienen los primos del señor que vive en Gachalá, vienen mis sobrinos, vienen los amigos del que vive en Bogotá pero la familia es de Gachalá, pero el turista que diga “oiga venga a ver que hay este fin de semana por acá y me voy para Gachalá” esa persona no llega.
16. Como vemos CorGachalá es la única agencia que tiene registro de turismo entonces si voy a promover el turismo en Bogotá con operadores turísticos que es lo primero que me piden que tenga la norma técnica
17. Hay atractivos que tienen capacidad de carga de 40 personas, el caso de las minas de esmeralda tiene una capacidad de 50 personas, si tu vienes a la Represa fácilmente puede tener una capacidad de carga de 100 personas.

Entidades gubernamentales

Buenos días/tardes nosotras somos estudiantes de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniense de décimo semestre, estamos realizando el trabajo de investigación como opción de grado; dentro de este proceso estamos aplicando una serie de preguntas las cuales buscan destacar las variables geográficas, demográficas y psicográficas que definen el segmento de mercado adecuado para un producto turístico náutico específico para el Municipio de Gachalá.

La presente entrevista tiene como finalidad “Determinar el mercado objetivo interesado en un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá”, el proyecto tiene como pilar importante la creación de un producto turístico en torno a la actividad náutica en el municipio de Gachalá, en donde se destaque la realización de actividades náuticas en el Embalse del Guavio y el desarrollo sostenible del mismo, buscando generar a través de esta herramienta un acercamiento al perfil del consumidor.

1. ¿Cuál considera usted que es el aporte que le da la actividad náutica al desarrollo del turismo en Gachalá?
2. ¿Qué proyectos se han llevado a cabo para impulsar el turismo en el municipio de Gachalá?
3. ¿Sabe usted qué tipo de turistas visitan el municipio de Gachalá?
4. ¿Qué nivel de importancia le da la actividad turística náutica al municipio?
5. ¿Cuál cree que sea el factor diferencial en turismo del municipio de Gachalá frente a otros municipios de la región del Guavio?
6. ¿Qué factores considera usted que le puedan llamar la atención al turista?
7. ¿Qué canal de comunicación manejan para la divulgación de información referente al turismo?
8. ¿Conoce usted la procedencia de los turistas que visitan el municipio de Gachalá durante el festival náutico?
9. ¿Cuánto es la capacidad de carga que se maneja al momento de realizar las actividades dentro del municipio?
10. ¿Cómo es el enfoque en torno a la sostenibilidad que se desarrolla a partir de la entidad en torno a la actividad turística dentro del municipio?

Alcaldía.

Nombre del entrevistado: Betty González

Perfil Profesional: Coordinadora de turismo del municipio

Descripción del cargo: encargada de todo lo relacionado al turismo del municipio de Gachalá

1. Actualmente la represa del Guavio no presta ningún servicio turístico de deportes náuticos ya que se quiere cumplir con toda la normatividad y que las empresas que presten el servicio cumplan con lo que nos dice el Ministerio de Transporte
2. Varias personas gachalunas que se han dedicado a la actividad turística y ayudan a que se implemente y se asocien como empresa para que desarrollen el turismo como debe ser
3. A Gachalá lo visitan estudiantes de diferentes universidades para la parte de geología, la parte arqueología por las minas de esmeraldas y las partes de las cuevas espeleología, y turismo general familias, jóvenes aventureros ese es el perfil del turista de aquí de la región
4. Turismo náutico no hay pero si hubo en un tiempo buen desarrollo turístico más o menos para la época de julio que es cuando la represa está mucho más arriba y hay buen clima es más que todo para esa época.
5. Gachalá se diferencia de los demás municipio por que, primero porque tiene el espejo de la represa del Guavio, porque es una región hídrica muy rica pues tiene cascadas, ríos, lagunas y por su belleza y porque es un municipio que tiene un clima agradable templado
6. Lo que más le llama la atención al turista es la belleza del paisaje, el impacto de la represa por las montañas, el color de la represa porque no es un color de todas las represas es un color verde esmeralda y muchas veces se ve azul
7. Nosotros tenemos la página, tenemos el Facebook y participamos en todos los eventos para promocionar el municipio, estuvimos en Expo Cundinamarca, ahorita en noviembre vamos a estar en ExpoGuavio el fin de semana del 11 de Noviembre en Gacheta
8. La mayoría de los turistas son bogotanos y de la región
9. La carga es de 40 personas por actividad porque tenemos las caminatas al Alto del Guavio son 40, en las minas de esmeraldas entran entre 25 y 40 personas máximo
10. En cuanto a sostenibilidad se ha realizado varios talleres con los hoteleros, con las personas de los restaurantes para comenzar a manejar las Normas Técnicas Sectoriales y que ellos tengan la conciencia de cuidar el medio ambiente, el agua, la energía, el manejo que se le da a las basuras.

CorpoGuavio

Nombre del entrevistado: Edwin Celis

Perfil Profesional: Ingeniero agroforestal

Descripción del cargo: apoyo al proyecto de buenas prácticas agras productivas y negocios verdes de la subdirección de planeación

1. La actividad náutica se ha venido desarrollando desde el año 95 a partir de las ferias y fiestas, en ese entonces algunos participantes locales hicieron la competencia y es importante porque resalta la belleza porque tiene el espejo de agua y adicional a eso son prácticas deportivas que integran a la comunidad
2. Cada uno de los alcaldes electos han venido trabajando en su plan de desarrollo municipal enfocados al tema del turismo, incluso hay un plan de desarrollo turístico municipal.
3. La mayoría que visitan son de la región y los demás son residentes, personas que se han ido del pueblo y de alguno de los pueblos de la región que se han ido a vivir a Bogotá y a la sabana y cuando hay algún tipo de fiesta o actividades ellos son los que más visitan
4. El nivel que se le ha querido dar a partir del proyecto regional Ruta del Agua lo que se ha querido es impulsar y resaltar la riqueza hídrica no solo del municipio sino de la región
5. A comparación de los demás municipios es un poco más alejado y más difícil en acceso, pero lo que lo diferencia lógico que es el embalse en ese caso la mayoría buscan conocer el desarrollo que ha tenido el proyecto Guavio en diferentes etapas, conocer también la riqueza en cuanto a minerales se refiere también es una de las potencialidades del municipio
6. La experiencia que se ha tenido con el Festival Náutico, la mayoría de personas están preparados para atender a los turistas solo haría falta lo que mencionaba anteriormente el tema de infraestructura sobre todo infraestructura hotelera y de restaurantes
7. Como canales de comunicación se ha venido trabajando con las emisoras parroquiales en este caso para bienes estéreos se ha venido trabajando bastante fuerte con la divulgación en cuanto a la promoción turística, las redes sociales también han sido fundamental
8. Como lo mencionaba anteriormente la mayoría son gente de la región, hay un grupo selecto de visitantes de pronto de la capital también que se acercan por conocer el embalse, ese sería como el público que se ha venido atendiendo en cuanto a oferta turística se refiere

9. En cuanto a capacidad de carga no se ha realizado ningún tipo de estudio pues porque sabemos que para poder tener unos resultados lógicos se requiere de un grupo interdisciplinario de profesionales, pero como tal ese dato no lo podría publicar, no hay rango de capacidad de carga
10. CorpoGuavio ha venido trabajando en cada uno de sus planes de acción impulsando el tema del turismo, en este caso nuestro proyecto bandera es ruta del agua que hemos venido desarrollando en convenio con la Gobernación de Cundinamarca.

Turistas

Buenos días/tardes nosotras somos estudiantes de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniense de décimo semestre, estamos realizando el trabajo de investigación como opción de grado; dentro de este proceso estamos aplicando una serie de preguntas las cuales buscan destacar las variables geográficas, demográficas y psicográficas que definen el segmento de mercado adecuado para un producto turístico náutico específico para el Municipio de Gachalá.

La presente entrevista tiene como finalidad “Determinar el mercado objetivo interesado en un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá”, el proyecto tiene como pilar importante la creación de un producto turístico en torno a la actividad náutica en el municipio de Gachalá, en donde se destaque la realización de actividades náuticas en el Embalse del Guavio y el desarrollo sostenible del mismo, buscando generar a través de esta herramienta un acercamiento al perfil del consumidor.

Nombre del turista:

Género:

Edad:

Ocupación:

Procedencia:

1. ¿Cuál es el motivo de su viaje y qué duración tiene el mismo?
- 1.1 ¿Dónde decide hospedarse al momento de llegar al municipio?

- 1.2 ¿Dónde recibe el servicio de restauración durante su estadía en Gachalá?
2. ¿Cuánto tiempo lleva asistiendo al Festival Náutico (FestiGuavio)?
3. Durante su estadía y participación en las actividades desarrolladas en el FestiGuavio, usted suele transportar provisiones para el consumo a lo largo del evento y cómo es el manejo de los residuos de dichas provisiones.
4. ¿Con qué frecuencia demanda el servicio de actividad náutica en el municipio de Gachalá a parte de las fechas del Festival Náutico?
5. ¿Por qué medio de información suele realizar la búsqueda de información en torno a los servicios turísticos de la región?
6. ¿Con qué personas (grupos familiar, amigos, compañeros de trabajo/universidad) suele realizar estos viajes?
 - 6.1 (Respuesta: familia: Durante la duración del viaje el grupo familiar completo hace parte de las actividades náutica)
 - 6.2 (Respuesta amigos/compañeros de trabajo-universidad: Durante la duración del viaje el grupo familiar completo hace parte de las actividades náutica)
7. ¿Qué medio de transporte utilizan para desplazarse hasta el municipio de Gachalá?
 - 7.1 (Respuesta: Carro ¿En qué lugar acostumbra a dejar su vehículo?)
 - 7.2 (Respuesta: Flota ¿En qué empresa de transporta acostumbra viajar?)
8. ¿Qué espera recibir al momento de adquirir un producto turístico enfocado a la actividad náutica en el Embalse del Guavio (Equipos para la realización de actividades, guías, recorridos, servicios complementarios)?
9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto turístico náutico que ofrezca actividades como...?
10. Desde su punto de vista como turista ¿Qué le hace falta al municipio de Gachalá para consolidarse como un destino turístico náutico?
11. Desde su punto de vista como turista ¿Cuántos turistas suele visualizar en el municipio de Gachalá?

Turista #1

Nombre: Holman Daza

Género: Masculino

Edad: 27 años

Ocupación: funcionario publico

Procedencia: Bogotá

1. Para venir a celebrar el festival náutico que se celebra anualmente en Gachalá y en tiempo fueron 3 horas en moto y 3 días.
 - 1.1. En casa de mis abuelos que viven en la zona urbana.
 - 1.2. En la casa de mis abuelos
2. Desde siempre
3. Compro cerca al evento y el manejo de las basuras como lo son las latas si las voto en el suelo pero en lo posible trato de depositar las basuras en las canecas.
4. Las actividades solo en el festival y las lanchas para el desplazamiento.
5. Por medio de internet, Facebook.
6. Con mi familia
 - 6.1. Separados, cada quien donde quiera estar
7. Actualmente moto
 - 7.1. En la casa de mis abuelos
8. Me gustaría recibir un recordatorio del festival
9. \$10.000 por actividad
10. Quizás más motos acuáticas pues en un tiempo se manejaban bicicletas acuáticas y no volvieron y esa era una actividad muy chévere de realizar
11. Siempre se ve turista en Gachalá.

Turista #2

Nombre: Fredy Sarmiento

Género: masculino

Edad: 33 años

Ocupación: analista consultor de nomina

Procedencia: Bogotá

1. Inicialmente es para participar en el festival náutico y la duración es de aproximadamente 3 días
 - 1.1. En casa familiar
 - 1.2. En la casa familiar
2. Desde que lo crearon hace unos 8 o 10 años
3. En cuestión a alimentación todo se compra en el evento y el manejo de los residuos en este momento por lo que son fiestas y todo ese tipo de cosas la gente siempre tiende a votar por lo que no hay cultura, pero uno tiende a alzarla y llevarla
4. Más que todo en el festival, en moto náutica una o dos veces en lancha está un poco más restringido por lo que es para el uso de las personas que residen a las vereda
5. Vía web
6. Siempre invito amigos y con familiares
 - 6.1. Todos por separado
7. Vehículo propio
 - 7.1. En parqueadero
8. Primero un producto que sea económico y segundo innovador cambiar la rutina. Si ofrecieran un producto que ofreciera hospedaje, alimentación y actividades náuticas lo pagaría en su totalidad.
9. Entre \$40.000 o \$30.000 pesos que reúna varias actividades. Si fueran de manera individual sería un promedio por cada servicio yo le coloco entre \$7.000 a \$10.000
10. Como la malla vial está muy deteriorada es ahí donde el vehículo pequeño lo duda para venir.

11. Eso es por temporadas cómo se maneja el festival náutico, las ferias y fiestas ósea hay muchas festividades es una región que prácticamente se podría decir que turística pero siempre y cuando se promueva.

Turista #3

Nombre: Felipe Morera

Género: Masculino

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante de Comunicación Social

Procedencia: Zipaquirá

1. Venir a disfrutar del festival náutico en Gachalá, mi viaje dura tres días y es la misma duración del evento
 - 1.1. En un hotel
 - 1.2. Bueno pues yo como en un restaurante que nació hace poco es de comida peruana
2. Más o menos 10 años
3. No por lo general no, siempre en el lugar donde se realizan las diferentes actividades suelo consumir ahí, siempre utilizo los basureros y los sitios adecuados
4. Pues casi nunca, porque digamos las lanchas y lo que son las motos náuticas, solo están disponibles en estas fechas
5. Únicamente hay acceso por Facebook
6. Pues generalmente solo, ya que aquí tengo algunos amigos entonces me encuentro con ellos
 - 6.1. No, generalmente son simplemente amigos y casi nunca nos involucramos en alguna actividad
7. El transporte público, siempre venimos en bus, siempre utilizamos o la Valle de Tenza o la Alianza
 - 7.1. N/A
8. Pues uno compraría todo el paquete que no se tenga que preocupar por nada
9. Máximo y con todo incluido, alrededor de \$1'000.000.

10. Pues le hace falta la creación de una empresa, de una organización que de verdad gestione el turismo
11. Durante el festival náutico yo creo que como unas 400 personas.

Turista #4

Nombre: Sergio Iván Cadavid Cadavid

Género: Masculino

Edad: 27 años

Ocupación: Vendedor de flores

Procedencia: Bogotá

1. Vine principalmente por las ferias y también a visitar a la familia de mi novia y vamos a estar aquí cuatro días
 - 1.1. Me estoy quedando en la casa de la familia de mi novia
 - 1.2. Pues en diferentes lugares, con la familia de mi novia salimos a almorzar en restaurantes un par de días
2. Llevo asistiendo 3 años
3. No prefiero comprar, ellos aquí en el muelle tienen comida. El manejo de los residuos hay buenas canecas en todo lado o hay gente recogiendo
4. No realmente actividad náutica no practico yo.
5. Redes sociales, Facebook
6. Con mi pareja y también con mi familia, mis hermanos y mis padres.
 - 6.1. No, no hacemos actividad náutica
7. En bus en flota Alianza
 - 7.1. N/A
8. Espero un recorrido, creo que es un embalse muy bonito
9. Algo entre \$15.000 y \$35.000 por actividad.
10. Le falta más promoción desde el punto de vista de redes sociales

11. En este momento creo que hay alrededor de unas 300 personas visitando el municipio, de pronto más.

Turista #5

Nombre: Miguel González

Género: Masculino

Edad: 22 años

Ocupación: Analista de Marketing

Procedencia: Bogotá

1. Vengo al municipio por mi familia y la duración es de 4 días
 - 1.1. En finca propia, en la vereda de Tunjita
 - 1.2. La alimentación es preparada en la finca y allí mismo recibo los alimentos
2. Llevo asistiendo al Festival Náutico 2 años
3. Si transportamos provisiones al momento del festival náutico y el manejo de los residuos los quemamos y se arrojan en los lugares específicos.
4. Son nulas, porque nunca hay servicio de estos deportes, solo las lanchas que hay en la represa para transporte del pueblo a las veredas
5. Por Google pero no se encuentra mucho.
6. Con mi familia
 - 6.1. Solo una parte de mi familia, que somos los jóvenes.
7. En carro propio
 - 7.1. En la finca hay parqueadero
8. Pues algo que sea un poco más extremo y que sea común en los sitios náuticos
9. Alrededor de un rango de \$50.000 a \$150.000.
10. Le hace falta al municipio más publicidad y obviamente implementos para la realización de la actividad náutica y los deportes extremos.
11. Muy pocos, la verdad es un lugar que poca gente conoce.

Anexo 2: Sondeo de Opinión

Buenos días/tardes nosotras somos estudiantes de hotelería y turismo de la Universitaria Agustiniense de décimo semestre, estamos realizando el trabajo de investigación como opción de grado; dentro de este proceso estamos aplicando una serie de preguntas las cuales buscan destacar las variables geográficas, demográficas y psicográficas que definen el segmento de mercado adecuado para un producto turístico náutico específico para el Municipio de Gachalá.

El presente sondeo de opinión tiene como finalidad “Determinar el mercado objetivo interesado en un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá”, el proyecto tiene como pilar importante la creación de un producto turístico en torno a la actividad náutica en el municipio de Gachalá, en donde se destaque la realización de actividades náuticas en el Embalse del Guavio y el desarrollo sostenible del mismo, buscando generar a través de esta herramienta un acercamiento al perfil del consumidor.

Nombre:

Género:

Edad:

Ocupación:

Procedencia:

1. ¿Cuál es el motivo de su viaje y qué duración tiene el mismo?
2. ¿Con qué frecuencia viaja al municipio de Gachalá y alrededor de cuánto dinero destina para el viaje?
3. ¿Dónde se está hospedando? ¿Dónde suele adquirir los servicios de alimentos y bebidas?
4. ¿Número de personas con las que viaja?
5. ¿Qué actividades náuticas realiza durante su estadía?
6. ¿Cómo se enteró del Festival Náutico?
7. ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar al municipio?
8. Adquiriría usted un producto turístico náutico en el municipio de Gachalá

SONDEOS DE OPINIÓN											
					Preguntas						
#	Nombre	Edad	Ocupación	Procedencia	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7
1	Rubén Ricalde	24	Asesor Financiero	Ecuador	Motivo por trabajo promoción del turismo y personal	Primera vez y de dinero \$300.000	Hospedaje donde amigos y comida en restaurantes	1	Ninguna	Amigos	Bus
2	Alejandro Bejarano	33	Maestro de Construcción	Bogotá	Tres días y motivo por el festival	distintas fechas y gasto \$500.000 o \$600.000	Hospedaje y alimentación en casa propia	5	Montar lancha	viajo frecuentemente a Gachalá	Carro propio
3	Ana Rita Santoque	66	Ama de casa	Guasca	Traemos reina para el festival y duración de 3 días	Primera vez y de dinero \$200.000	Alimentos en restaurante y hospedaje en una vereda	12	Ninguna	Radio	Carro propio
4	Leopoldo Plutarco	33	Minero	Nemocón	Por el festival y duración de 3 días	Primera vez y de dinero \$1.000.000	Hospedaje en casa de un amigo y comida en la plaza	10	Banano, canoas y motonáuticas	Amigos	Carro propio
5	Mateo Bernal	62	Maestro de Construcción	Bogotá	Por el festival y duración de 1 día	Primera vez y de dinero \$250.000	Sin hospedaje y comida en restaurante	2	Ninguna por la lluvia	Compañeros de trabajo	Moto
6	Edwin Bernal	34	Conductor	Bogotá	Por conocer, el festival y	Primera vez y de	Sin hospedaje y comida en restaurante	2	Montar lancha	Por amigos	Moto

					duración un día	dinero \$180.000					
7	María Julia Rodríguez	24	Estudiante	Bogotá	Por el festival y duración de dos días	Primera vez y de dinero \$150.000	Hospedaje en hotel y comida en restaurante	3	Montar lancha	Por Facebook	Moto
8	Jacinto Alirio Vargas	25	Personal de Mantenimiento	Santa María Boyacá	Dos años asistiendo y motivo trabajo en el festival náutico	Dinero alrededor de \$100.000	Hospedaje en el centro y alimentos en restaurante	1	Ninguna	Por folletos	Lancha
9	Claudia Yisel Bejarano	24	Independiente	Bogotá	Motivo por el festival y duración de 4 días	Viajo en octubre y diciembre y de dinero \$300.000	Hospedaje en hotel y comida en restaurante	4	Motonáutica	Por Facebook	Carro propio
10	Alejandro Rodriguez	20	Independiente	Gama	Motivo por el festival y duración de 3 días	Dos o tres veces al año y de dinero \$200.000	Alimentos en restaurante y hospedaje en Gama	5	Ninguna por la lluvia	Siempre tengo conocimiento del festival	Carro propio
11	Anderson Camacho	22	Independiente	Bogotá	Invitación de un amigo al festival y duración de 3 días	Primera vez y de dinero \$500.000	Hospedaje y alimentación en la casa de un amigo	2	Ninguna	Por un amigo	Flota
12	Rafael Castañeda	29	Maestro de Construcción	Bogotá	Participar del festival y duración de 3 días	Viajo con familia y de dinero \$300.000	Alimentación en restaurante y hospedaje en hotel	3	Paseo en lancha	Soy de Gachalá	Bus

1 3	Cecilia Guzmán	60	Pensionada	Bogotá	Soy de Gachalá y duración de 3 días	Vengo cada dos o tres meses y de dinero \$100.000	Alimentación y hospedaje en casa familiar	7	Ninguna	Tradición	Carro propio
1 4	Edna Paola Jiménez	34	Profesional	Bogotá	Duración de tres días por motivo del festival	primera vez y de dinero \$300.000	hospedaje en hotel y gastronomía en restaurantes	7	Lancha	por amigos que son de Gachalá	Carro propio
1 5	Sandra Moreno	28	Asesora Comercial	Bogotá	Motivo por el festival y duración de un día	Primera vez y de dinero \$200.000	Sin hospedaje y alimentación en restaurantes	4	ninguna por la lluvia	Por redes sociales	Carro propio
1 6	Marcela Gutiérrez	27	Secretaria	Bogotá	Motivo por el festival y duración de 3 días	Primera vez y de dinero \$250.000	Hospedaje en hotel y comida en restaurante	4	Montar lancha	Por una amiga	Flota
1 7	Arminda Zambrano	58	Ama de casa	Bogotá	Por el festival y duración de un día	Primera vez y de dinero \$150.000	Sin hospedaje y alimentación en restaurantes	1	Ninguna	Por amigos que son de Gachalá	Moto
1 8	Daniel	22	Estudiante	Bogotá	Invitación al festival y duración de 3 días	Primera vez y de dinero \$200.000	Hospedaje en casa de familiares de amigos y alimentos ahí mismo	7	Ninguna	Amigo me conto del festival y me invito	Flota Valle de Tenza
1 9	Paula Velásquez	29	Contadora	Bogotá	Motivo por el festival y duración de dos días	Segunda vez que vengo y de dinero \$200.000	Hospedaje en casa de una amiga y alimentos ahí mismo	4	Ninguna	Por una amiga que es de Gachalá	Flota

20	Ana María Flórez	25	Asesora Comercial	Bogotá	Motivo festival y duración de tres días	Primera vez y de dinero \$150.000	Hospedaje en hotel y comida en restaurante	3	Montar lancha	Por Facebook	Flota
21	Luz Estella Arboleda	55	Contadora	Bogotá	Invitación a las fiestas y duración del viaje 3 días	primera vez que viajo al municipio	hospedaje en casa familiar y alimentación desayuno en casa y demás en restaurante	2	Ferri	Una amiga de Gachalá me invito	Flota Valle de Tenza
22	Darío González	29	Ingeniero Industrial	Bogotá	Motivo recreación y duración de 7 días	Tengo familia y conocidos en Gachalá por lo que viajo seguido y de dinero \$600.000	Hospedaje y alimentación en casa familiar	3	Ninguna	Por Facebook	Carro propio
23	Carlos Eduardo Londoño	68	Rector de colegio y Concejal de Ubalá	Ubalá	Motivo representante de Ubalá para reinado y duración de 3 días	Poco se viaja a Gachalá y de dinero \$300.000	Hospedaje en Hotel Divisa y alimentación en restaurantes	6	Ninguna	Se conoce por la participación del Reinado	Carro propio
24	Gastón Velandia	50	Actor y locutor	Bogotá	Motivo creación de un canal para el turismo de Cundinamarca y duración de 4 días	Primera vez y de dinero \$300.000 o \$400.000	Hospedaje en Hotel Divisa y alimentos ahí mismo	6	Ninguna actividad náutica, solo montar a caballo	por ExpoCundinamarca	Camioneta

25	Yulieth Tatiana Beltrán	16	Química Farmacéutica	Bogotá	Motivo por el festival náutico y duración de viaje 3 días	Viajamos tres veces al año y de dinero mis padres disponen de \$500.000	Hospedaje en casa familiar y alimentos en casa familiar o en restaurantes	3	Ninguna	Familiares gachalunos	Carro propio
26	José David Pérez Zúñiga	33	Psicólogo	Bogotá	Motivo apoyo pedagógico en los colegios para estudiantes con discapacidad cognitiva y la duración es de 6 meses	Radicado en Gachalá y presupuestado mensual de \$300.000 y para el festival \$150.000	Hospedaje en el Hotel Paraíso y alimentación en kioscos del parque	Solo	Jetski, ski, windsurf	Por la gente local	Flota
27	Tatiana Garzón	19	Estudiante auxiliar de vuelo	Bogotá	Motivo visitar familiares y duración una semana	Eventualmente y de dinero \$100.000	Hospedaje en casa familiar y alimentación ahí mismo o en restaurantes	Sola	Lanchas	Mi abuela me comento del festival	Flota Valle de Tenza
28	Geraldine Torres	26	Administradora de empresas	La Costa	Motivo por conocer el festival y sin tiempo estipulado	Primera vez en Gachalá y de dinero \$400.000	Todavía no hemos encontrado hotel y los alimentos en las casetas del parque	2	Ninguna	Mi novio me comento del festival y fue el de la idea de venir	Moto

29	Wilson Garay	28	Ingeniero Agrónomo	Bogotá	Motivo turismo y duración de 2 días	Primera vez y de dinero \$200.000	Hospedaje en Gachetá y alimentación en el parque	Solo	Me gustaría realizar velero, esquí, windsurf y kayak	Por amigos procedentes de Gachalá	Moto
30	Andrés Urrego	27	Ingeniero Ambiental	Bogotá	Disfrutar del festival, conocer el municipio y duración 1 semana aprox.	4 o 5 veces al año y destino \$500.000	Hospedaje donde conocido y alimentación en restaurantes	5	Lancha y motonáutica	Redes sociales y panfletos	Carro propio

Anexo 3: Formato de inventario turístico según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

ensayo 2

1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre		Torre Colpatría						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio		Bogotá D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad								
1.5. Administrador o Propietario								
1.6. Dirección/Ubicación		Carrera 7 A No. 24 - 89						
1.7. Teléfono/Fax								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso					
			Terrestre	X	Acuático	Ferreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado								
2.2. Descripción:								
<p>El proyecto y la dirección de la obra estuvieron a cargo de las firmas Pizano, Pradilla, Caro, Retrepo Ltda. y Obregón & Valenzuela y Cia Ltda. Tiene una altura de 171,20 metros sobre el nivel del suelo. El área construida por piso es de 717,11 metros cuadrados. Tiene 15 ascensores y en el piso 48 se encuentra el mirador. Cuenta con un sistema de iluminación vertical compuesto por 36 bombillas localizadas en la terraza.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN								
CALIDAD						PUNTAJE		
Estado de Conservación (21)						21		
Constitución del Bien (21)						21		
Representatividad General (28)						25		
Subtotal						67		
SIGNIFICADO								
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		
						18		
TOTAL						85		
Fuente: Huertano, IDCT								
Diligenciado por:		German Calcedo Piedrahita			Fecha:		21 07 2008	



Ilustración 31: Formato único para la elaboración de inventarios turísticos.

Nota: Recuperado de Ministerio de Comercio Industria y Turismo – Cuadros inventario turístico (2009)