

PROPUESTA AGROTURÍSTICA EN TUNJA, SAMACÀ Y SIACHOQUE

REYES RODRIGUEZ YINNY CATHERINE

TORRES DUARTE GERALDINE STEFANIA

VELA PINEDA LUZ ALEXANDRA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D, C.

2018

PROPUESTA AGROTURÍSTICA EN TUNJA, SAMACÀ Y SIACHOQUE

REYES RODRIGUEZ YINNY CATHERINE

TORRES DUARTE GERALDINE STEFANIA

VELA PINEDA LUZ ALEXANDRA

Asesor del trabajo

Paredes Murcia Andrés

Trabajo de grado para optar al título como

Profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D, C.

Nota de aceptación de los jurados

Firma presidente del jurado

Firma de jurado

Firma de jurado

Agradecimientos

En primer lugar, le agradecemos a Dios por todo lo conseguido, por haber puesto en nuestro camino a todas las personas que han tenido que ver directa o indirectamente con nuestro recorrido en la universidad.

Son muchas las personas que nos han brindado su apoyo para la realización de este trabajo, nuestros padres nos han proporcionado toda su ayuda tanto en cuestiones de recursos como en temas relacionados con el amor incondicional requerido para que nosotras forjemos un futuro, recalcamos también el acompañamiento realizado por el profesor Andrés Paredes Murcia quien fue nuestro tutor y un guía imprescindible para los logros obtenidos con este documento, así como le agradecemos a la profesora Carolina Cadenas Mora, por todos los aportes realizados para cumplir el objetivo del presente trabajo.

Nuestro agradecimiento para Ana Meneses Rodríguez la coordinadora de empresas del Sistema de Información Turística Regional (SITUR) por toda su ayuda en los temas relacionados con el Registro Nacional de Turismo (RNT), cifras departamentales e información general.

A los agricultores y residentes de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, les damos las gracias por su hospitalidad y por la amabilidad mostrada.

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad el diseño un producto agroturístico en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque que se ajuste a las características de los destinos, teniendo en cuenta que el agroturismo es una alternativa para incrementar los ingresos de los agricultores y la comunidad local, se busca mejorar la calidad de vida de las personas dedicadas al sector agrícola en la región, es de aclarar que en Boyacá por la variedad de sus suelos y la pertinencia del clima se cultivan varios productos que hacen parte de la canasta familiar, en los destinos escogidos el cultivo de papa, maíz, remolacha, cebolla, tomate destacan principalmente.

El documento consta de la introducción, la información metodológica y, los marcos conceptual, teórico, geográfico y legal, en esta primera parte se consignó la información necesaria para contextualizar a las personas, para explicar de qué se trata el trabajo y brindar un alcance que cubra los objetivos planteados, se definió al agroturismo y se brindó la información general sobre su desarrollo para explicar la relevancia que ha tomado en Europa y algunos países latinoamericanos como una alternativa para mejorar la calidad de vida de las personas dedicadas al sector agro, se explicaron las bases legales en sobre las cuales se rige el desarrollo turístico a nivel nacional y regional.

En la segunda parte del trabajo, se desarrollan 3 capítulos que cubren los 3 objetivos planteados, en el primero se realiza un diagnóstico de las potencialidades agroturísticas de Tunja, Samacá y Siachoque, identificando la oferta y la demanda con lo cual se realizó un análisis DOFA. En el segundo capítulo se realizaron 384 encuestas para determinar el perfil de cliente y segmentar el mercado dependiendo de las características arrojadas por las encuestas y, en el tercer capítulo se realizó la estructuración del producto y se determinó el precio de venta del producto.

Se concluye el trabajo expresando la creciente cantidad de personas que buscan participar en actividades agroturísticas, los modelos implantados en países europeos y algunos latinos han brindado facilidades a los campesinos para que puedan incursionar en esta tipología turística y así tener otra alternativa de ingresos que puedan ayudar a mejorar su calidad de vida; mientras que en Colombia el agroturismo se conoce principalmente por lo progresos evidenciados en el Eje cafetero.

Tabla de contenido

1	Introducción	12
1.1	Descripción general	13
1.2	Planteamiento del problema	13
1.3	Pregunta de investigación	13
1.4	Justificación	14
1.5	Objetivo general	15
1.6	Objetivos específicos	15
2	Marco teórico	16
2.1	Agroturismo	16
2.1.1	Antecedentes.	16
2.1.2	Características.	19
2.1.3	Agroturismo y turismo vivencial.	20
2.1.4	Referentes.	21
2.2	Producto turístico	25
2.2.1	Características.	25
2.2.2	Elaboración del producto turístico.	25
2.2.3	Tipos.	26
2.3	Estudio de mercado	29
3	Marco conceptual	30

3.1	Agroturismo	30
3.2	Producto turístico	30
3.3	Estudio de mercado	31
3.3.1	Perfil del cliente.	31
3.3.2	Segmentación.	31
3.3.3	Canal de distribución.	31
3.3.4	Precio.	32
3.3.5	Competencia.	32
4	Marco geográfico	33
4.1	Tunja	33
4.1.1	Economía.	33
4.1.2	Accesibilidad	34
4.2	Samacá	35
4.2.1	Economía.	35
4.2.2	Accesibilidad.	36
4.3	Siachoque	36
4.3.1	Economía.	37
4.3.2	Accesibilidad.	38
5	Marco legal	39
5.1	Ley 300 de 1996	39

5.2	Ley 1558 de 2012	39
5.3	Política de turismo de naturaleza	39
5.4	Plan de desarrollo Boyacá 2016- 2019	40
6	Metodología	41
6.1	Enfoque	41
6.2	Fuentes primarias	41
6.3	Fuentes secundarias	41
6.4	Población Objetivo	41
6.5	Muestra	42
7	Capítulo I diagnóstico potencial agroturístico	44
7.1	Diagnóstico	44
7.1.1	Concepto.	44
7.2	Oferta turística	44
7.2.1	Inventario turístico.	44
7.2.2	Prestadores de servicios turísticos.	53
7.3	Demanda turística	78
7.3.1	Estadísticas nacionales.	78
7.3.2	Estadísticas regionales.	80
7.4	DOFA de las potencialidades agroturísticas de Tunja, Samacá y Siachoque	83
8	Capítulo II Caracterización del mercado objetivo	86

	IX
8.1 Perfil del cliente	86
8.1.1 Factores demográficos.	86
8.1.2 Factores sociológicos.	89
8.1.3 Factores Psicológicos.	92
8.2 Segmentación	95
8.2.1 Segmentación rango de edades entre 40 a 72 años.	95
8.2.2 Segmentación rango de edades entre 18 a 39 años.	97
8.3 Precio	100
9 Capítulo III Determinación del producto agroturístico	101
9.1 Definición producto turístico a implementar	101
9.2 Estructuración del producto turístico	105
9.2.1 Selección de atractivos.	105
9.2.2 Selección de prestadores.	106
9.2.3 Tipo de cliente.	109
9.2.4 Competencia.	110
9.2.5 Itinerario.	111
9.2.6 Canal de distribución.	113
9.2.7 Determinación de valor de venta.	114
9.2.8 Punto de equilibrio.	119
9.2.9 Estructuración final.	119

	X
10 Conclusiones	121
11 Recomendaciones	123
Bibliografía	125
Lista de tablas	130
Lista de gráficas	133
Anexo 1	136
Fichas técnicas inventario Tunja	136
Anexo 2	144
Fichas técnicas inventario Samacá	144
Anexo 3	151
Fichas técnicas inventario Siachoque	151
Anexo 4	158
Entrevista no estructurada	158
Anexo 5	159
Cotización Escoltur	159
Anexo 6	160
Cotización Guía de turismo Mauricio Buitrago	160
Anexo 7	161
Cotización seguro de viaje Colasistencia	161
Anexo 8	162

	XI
Encuesta	162
Anexo 9	163
Tabla de codificación encuestas	163
Anexo 10	165
Tabla de tabulación encuestas	165

1 Introducción

La propuesta turística que se diseñó tuvo como base principal los productos agrícolas de los principales que se cultivan en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, buscando promover el contacto de turistas frente a la comunidad anfitriona, y ofertar destinos en los cuales además potencializar atractivos turísticos y así generar mayor demanda turística ofertada a un segmento de turistas que, por sus intereses optarían por elegir un tipo de turismo vivencial enfocado al agroturismo que les permita generar la interacción cultural que busca el turista.

Hay una relación entre la relevancia agrícola como motor económico en los municipios que integran el producto turístico y el arraigamiento que se evidencia en la comunidad local a sus costumbres, a su identidad y como puede ésta llegar a generar impacto tanto en los turistas como en la comunidad anfitriona.

1.1 Descripción general

El producto turístico se desarrolló en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque ubicados en la provincia Centro del departamento de Boyacá; se integraron las potencialidades turísticas que fueron consideradas acordes al tema principal y se estén disponibles para su aprovechamiento; así mismo, haciendo una inclusión entre los cultivadores y productores de la provincia para la realización de la propuesta y los prestadores del servicio turístico que se ven directa o indirectamente involucrados.

1.2 Planteamiento del problema

Se exploró el agroturismo como fuente de ingresos y crecimiento en la provincia Centro de Boyacá entre los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, dado que no hay una articulación entre los atractivos turísticos ya establecidos y la importancia que tiene para el departamento el cultivo de varios productos que conforman la canasta familiar.

Como oportunidad para la propuesta turística en Boyacá, se identificó la riqueza paisajística que tiene el municipio, el legado cultural que ofrecen y el reconocimiento como una de las principales regiones en la siembra de productos tales como papa, maíz, trigo y arveja.

Boyacá tiene una oferta de atractivos turísticos principalmente enfocados al turismo de naturaleza, pero se ha dejado de lado el desarrollo del agroturismo y las ventajas que se pueden obtener al practicar las actividades que de él se desprenden, no solo económicas sino de reconocimiento en las labores del campesino boyacense y en el enriquecimiento cultural que se da entre la comunidad anfitriona y el turista.

1.3 Pregunta de investigación

¿Cómo integrar la identidad y el desarrollo agrícola de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque a partir de una propuesta turística?

1.4 Justificación

Con este proyecto se diseñó un producto turístico que gira en torno al cultivo, producción, siembra y recolección de un producto agrícola, en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque; enfocado a crear un tipo de turismo vivencial bajo el modelo Agroturístico, se procuró mejorar el reconocimiento que tienen las personas sobre la importancia del proceso de cultivo y recolección agrícola, en el tema socio económico para quienes subsisten gracias a su siembra. La oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo ha sido visualizada desde hace tiempo por diversas instituciones como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales (Riveros & Blanco, 2010)

Boyacá, trae consigo la riqueza cultural que ofrece el legado histórico y arquitectónico de sus municipios, las leyendas transmitidas de manera oral, las tradiciones representadas en el actuar de sus habitantes, la belleza paisajística que ofrece un territorio de clima frío, donde la naturaleza se hace patente en bosques, parques, lagunas, cascadas, montañas... etc, no es el único departamento del país en donde se generan impactos agrícolas pero si puede ofrecer a los turistas una oferta única con experiencias que engrandecerán el concepto que se tiene de los municipios que integran el desarrollo de la propuesta turística.

El agroturismo constituye un extraordinario vehículo o instrumento para vincular al mundo rural con el mundo urbano, para juntar “dos mundos” que parecen tan distintos y que, como sociedad tiene un origen y destino común: el territorio, su gente y su cultura (Constabel, Oyarzun, & Szmulewicz, 2008)

En el mundo hay diversas propuestas Agroturísticas sobre variedad productos, inclusive en Colombia está la ruta del café que ya tiene un reconocimiento internacional, en Boyacá se diseñará un producto turístico con el fin de promocionar el turismo, generando experiencias diferentes a las normalmente brindadas en estos municipios.

1.5 Objetivo general

- Estructurar un producto turístico alrededor de la producción agrícola de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, aprovechando sus características turísticas.

1.6 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de las potencialidades Agroturísticas de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, que puedan ser integradas al producto turístico
- Caracterizar el mercado objetivo acorde a las cualidades agroturísticas de los municipios en los que se desarrollará la propuesta turística
- Determinar el producto agroturístico que mejor se adecúe a las necesidades de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque

2 Marco teórico

2.1 Agroturismo

2.1.1 Antecedentes.

El agroturismo, ha pasado por varias etapas y se ha desarrollado de manera diferente en cada país, desde sus inicios hace casi 70 años, a continuación, se detallarán los factores relevantes a nivel nacional e internacional que incidieron en su evolución, tanto en Colombia como en el exterior, sus principales características y los fundamentos sobre los cuales se ha concebido, su desarrollo a partir de la inclusión del turismo rural para motivar la economía de las áreas rurales y en exteriores.

2.1.1.1 Internacionales.

En la década de 1950 en Europa, surgió el llamado turismo rural, Pulido Fernandez, (2008) describió esta tipología turística como un compendio de actividades que se desarrollan en el ámbito rural, resultando de interés para los habitantes de zonas urbanas, dadas las características tan distintas, entre el campo y la ciudad; el cual se originó en Inglaterra como consecuencia del deseo de cambiar el ambiente monótono de las grandes ciudades y tener un espacio de recreación familiarizado con las actividades de los predios rurales y fue apoyado por el sector público con el fin de recuperar las zonas rurales que se habían visto afectadas por la segunda guerra mundial, en un principio fue denominado “turismo verde” y el hospedaje se brindaba en casas de familias que ofrecían alojamiento y desayuno, dando así paso a la modalidad “Bed and breakfast”, posteriormente surgió el alojamiento en las granjas y se brindaba la posibilidad de ser participe en las actividades de los establecimientos rurales, dando así inicio al agroturismo. Por lo tanto, el agroturismo es un subgrupo del turismo rural. Hacia 1991 cerca del 9.5% ofrecían alojamiento y alimentación, siendo patrocinadores del crecimiento del modelo agroturístico tanto el sector público como el privado, con subsidios a la población rural

También en la época de la posguerra en Francia se creó la Asociación de Turismo en Espacio Rural (TER) encargada de generar conciencia sobre la necesidad de proteger las zonas rurales, generar posibilidades de promoción y el aseguramiento económico complementario para agricultores y artesanos, así como promoción y capacitación a los agricultores, es de tener en

cuenta que el Ministerio de Agricultura con el paso del tiempo y la consolidación del agroturismo como fuente de ingresos para agricultores y ganaderos optó por subsidiar a redes de productores especializados para que así pudiesen brindar servicios de alimentación y alojamiento a los turistas

Teniendo en cuenta que se consideraba que el agroturismo contribuía al arraigo de la población, la creación de empleos y la promoción del desarrollo socioeconómico en zonas rurales, España, se une a esta práctica turística a finales de la década de los 80^s, considerándolo una oportunidad para detener la despoblación rural que se daba en esos momentos, el Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER) se incentivó al sector agrícola por medio de subsidios, y capacitaciones. Según Boullon & Boullon, (2010) España tiene una media de crecimiento anual del 24.5% en alojamientos rurales, concentrándose principalmente, en Girona y Cantabria, para generar un valor diferenciador ellos no solo permitían interacciones con las actividades relacionadas con el agro, añadieron pruebas gastronómicas con productos de la región mínimo en un 70%, y enseñaban recetas tradicionales a los turistas con productos cosechados en sus propias granjas

En Alemania, no se habla de turismo rural o agroturismo, sino de vacaciones en haciendas agrícolas, donde se ofrece itinerarios de excursiones, venta de productos de granja, cocina típica y desarrollo de actividades agrícolas, su eje de promoción no se basó en las vacaciones a buen precio sino de calidad resaltando las actividades en el campo, la naturaleza y la integración de animales de granja.

Otros países europeos como Austria, Bélgica, Grecia, Luxemburgo, Portugal, y Suiza, incluyeron al agroturismo como una opción para turistas con deseos de participar en las labores agrícolas y agropecuarias y a la vez como una generación de mejoras económicas para los agricultores, motivando así la economía de los sectores turísticos y agrarios.

Con el paso del tiempo, se han ido modificando los tipos de turismo rural, hoy en día dentro de este conjunto de actividades, también es posible hablar del turismo vivencial el cual tal como lo explica Pulido Fernandez, (2008) representa otro subgrupo que se incluye en el agroturismo, siendo esa oportunidad de convivir con los miembros de una familia de la comunidad receptora y participar en las labores que ellos ejecutan para su subsistencia.

En el siglo XX en América Latina, algunos países empezaron a adecuar políticas y crear estrategias de desarrollo rural, basado en el enfoque territorial, promocionando el desarrollo y la diversificación de actividades secundarias en el sector agropecuario, (Roman & Ciccolella, 2009) . Indica que se dio por dos factores: la crisis económica que motivó a agricultores y ganaderos a buscar alternativas y la visualización de una demanda creciente. Argentina, desarrolló proyectos de emprendimiento de agroturismo, por medio de inversiones públicas y a través de programas de incentivos tributarios para impulsar la actividad; mientras que, en Chile el instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) promocionó los establecimientos rurales, sus servicios y productos artesanales, también se encuentra apoyo en la Red de Productores de Chile y la Asociación Chilena de Turismo Rural (ACHITUR) brindan capacitaciones sobre actividades, servicios turísticos y producciones artesanales, mezclando tradiciones indígenas

2.1.1.2 Nacionales.

Tal como se ha mencionado anteriormente el agroturismo es una diversificación del turismo rural, en Colombia según López Herrera, (2002) el agroturismo propicia el contacto con la población rural y actividades de ordeño y cultivo, presentándose principalmente en el eje cafetero; sin embargo, los turistas van más para un turismo de observación puesto que no participan en actividades rurales, lo anterior corresponde a que las personas prefieren parques temáticos como el Parque Nacional de la Cultura del Café o el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (PANANCA).

Los autores Boullon & Boullon, (2010) ratifican que en el eje cafetero se concentra la práctica agroturística colombiana, siendo Quindío el departamento con mayor cantidad de fincas dedicadas a la actividad turística, con aproximadamente 400 de ellas, de las cuales únicamente 64 cumplen con los requisitos de instalaciones, equipamiento y gestión de servicios y hacen parte de llamado Club de Haciendas del Café, el cual en las temporadas vacacionales tiene un promedio de ocupación hotelera que oscila entre el 90 y el 100%.

Es necesario mencionar que el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) tiene desde el año de 1999 programas enfocados a la enseñanza de prácticas enfocadas al turismo rural, integrando necesariamente conocimientos de agroturismo, lo que conlleva a que habitantes de zonas rurales

sean capacitados y orientados sobre cómo manejar los temas de esta tipología turística y puedan ofrecer un servicio acorde a los requerimientos de los turistas

2.1.2 Características.

Tal como sucede con cada tipología turística, el agroturismo tiene unas características propias de su práctica y que le permiten generar un diferenciador en la experiencia que obtiene el turista, en el siguiente párrafo se brindará la interpretación hecha por uno de los autores que hablan de la caracterización agroturística.

“El agroturismo consiste en el uso de los recursos naturales y culturales de un destino, con el incentivo de un desarrollo turístico sostenible y participativo, esta actividad económica es complementaria a la agricultura lo que hace posible que los productores y/o agricultores amplíen su fuente de ingresos y la diversifiquen” (Zumbado, 2008)

Con base en la definición dada por Zumbado y las recogidas en el marco conceptual, se tienen características propias del destino, de las actividades y del turista; en las propias del destino se tiene en cuenta que el desarrollo se genera a partir de la inclusión de la comunidad local, en zonas rurales en contacto con la naturaleza, en las características de las actividades se presentan por medio del aprovechamiento de atractivos naturales y culturales, mientras que las características propias del turista se basan en el deseo de hacer parte de integrarse y participar en una comunidad agrícola, agrónoma

A través de la historia, se han realizado varias clasificaciones de los atractivos turísticos, basados en las características de los destinos integrantes de la propuesta agroturística, se decidió que la clasificación más adecuada para el desarrollo del proyecto es la planteada por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR), con el detalle de categorías y subtipos; es de aclarar que no se utilizó la metodología sugerida en la Guía para la Elaboración de Inventarios Turísticos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, dado que su clasificación correlaciona los atractivos culturales con el patrimonio cultural, arquitectónico y religioso, y esta tipología de atractivos no hacen parte del agroturismo

Con base en la información consignada anteriormente, la tabla 2 contiene la clasificación de los atractivos turísticos propios del desarrollo de la actividad agroturística que integran el proyecto actual.

Tabla 1 Clasificación atractivos turísticos

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
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Termas
	Parques nacionales y reservas de flora y fauna
	Folklore
Ferias y mercados	
Música y danzas	
Artesanías y artes populares	
Comidas y bebidas típicas	
Grupos étnicos	
Arquitectura popular y espontánea	

Fuente: Metodología de inventario turístico, CICATUR 1995

2.1.3 Agroturismo y turismo vivencial.

En la tipología de turismo rural, se encuentran los subtipos de Agroturismo y de turismo vivencial, el autor Acerénza, (2010) confirma que el turismo vivencial o experiencial es una variación del agroturismo, en la que los turistas tienen la posibilidad de convivir con familias indígenas y participar en sus labores cotidianas sin que dichas labores tengan que ver con el agro; otra definición que se brinda, dice que es la experiencia integral que promueve el contacto con culturas vivas, la interacción del poblador local con el viajero (Vilimková, 2015), en base a las definiciones dadas anteriormente, se concluye que la diferencia entre ambos subtipos de turismo radica en que las actividades agrícolas y agropecuarias no necesariamente se incluyen en el turismo vivencial; sin embargo, es de aclarar que para que el agroturismo se desarrolle

correctamente debe ser vivencial ya que el turista debe integrarse y realizar labores propias de la comunidad receptora

2.1.4 Referentes.

Con el fin ilustrar de manera concisa la importancia que han tenido diferentes propuestas turísticas planteadas a partir de la creación de productos turísticos en Colombia, Ecuador y Costa Rica, basado su desarrollo en el impacto que se genera a través de la producción agrícola, utilizando diferentes productos como eje de la temática en la cual se basan, los cuales son símbolo de cultura en la comunidad a la que pertenecen, con lo cual el turista disfruta de un turismo vivencial en distintas zonas agrícolas y productoras.

Las rutas que serán mencionadas a continuación, buscan mejorar el reconocimiento que tienen las personas sobre el producto del cual se basan, al tiempo que se pretende fijar otra forma de sustento económico para quienes intervienen directa o indirectamente con la prestación del servicio turístico; siendo casos de éxito nacionales e internacionales que reflejan la importancia socioeconómica del agroturismo.

2.1.4.1 Internacionales.

De la “pepa de oro” a la ruta del Cacao.

Según Paguay, (2012) Esta propuesta turística desarrollada en Ecuador contó con el apoyo de la Organización mundial del turismo (OMT), el Programa de las naciones unidas para el desarrollo (PNUD), así como con el Ministerio de turismo de Ecuador (MINTUR) y con el fin de que los sectores públicos y privados tuviesen una mejor comprensión del enfoque sostenible y las delimitaciones que se tenían planificadas se brindaron capacitaciones, talleres y reuniones.

Este proyecto de turismo rural, involucra varios factores de interés turístico, entre ellos el turismo de naturaleza, el cultural y el gastronómico concebido en la costa ecuatoriana, pese a la iniciativa de la ruta del Cacao no conoce el impacto que se ha generado en la comunidad, ni se ha promocionado con la fuerza necesaria para que está genere un impacto significativo en el la comunidad anfitriona.

El tour de la pimienta.

El proyecto agroturístico se desarrolla en el Rancho Chilamate, del cantón de Sarapiquí en Costa Rica, tiene como objetivo enseñar a los turistas los diferentes tipos de pimienta (negra, blanca y verde), bajo qué condiciones climáticas se produce la mejor calidad del producto, así como su historia, el uso correcto y las cualidades que debe tener el suelo para garantizar un cultivo exitoso, los turistas realizan las labores propias de cultivo, siembra y recolección de la pepa de pimienta, el tour tiene un espacio para explicar el tipo de pimienta que se adecua mejor dependiendo del tipo de plato que se requiere, por medio de muestras gastronómicas con nueve diferentes preparaciones y varios tipos de postres a base de pimienta, se finaliza con una visita a la tienda de artesanías locales.

El proyecto agroturístico cuenta con el apoyo de la Cámara de Turismo de Sarapiquí (CATUSA) y agencias de turismo especializadas en turismo rural, se ha convertido en una fuente de ingresos para los productores de pimienta que conforman el tour, los artesanos de la zona y mediando esta propuesta se ha impulsado la promoción del eje principal del tour, la pimienta.

La ruta del queso Turrialba

En Turrialba, Costa Rica hay más de 275 fincas lecheras y 150 pequeñas fábricas productores de leche y quesos, en 2003 los productores de leche dado los altos precios de los insumos, la competencia creciente con fábricas industriales y los problemas de comercialización de su producto, decidieron hacer parte de la cadena turística, por medio del modelo agroturístico, con el fin de poder mejorar sus condiciones económicas y su calidad de vida, con ayuda de La Asociación de Productores Agropecuarios (ASOPROA) y la ONG Artelsial e Hivos, se inició la Ruta del Queso, entre las principales actividades que se integraron al proyecto, están: el ordeño de vacas y cabras, paso por las lecherías y queserías artesanales para conocer el proceso y elaboración de los productos, en este punto de la ruta es posible participar en la elaboración del queso, varias fincas tienen huertas orgánicas por lo cual los turistas recogen los alimentos que se cultiven los cuales generalmente son utilizados para la preparación de las comidas; adicionalmente, atractivos naturales como el Volcán Turrialba y culturales como el Monumento Nacional Guayabo hacen parte del recorrido que se ofrece.

El autor Blanco, (2008) en su libro incorpora información sobre esta ruta, confirmando que se han realizado diversos programas de capacitaciones a los productores por parte de ASOPROA, para generar un mejor impacto en el nivel socioeconómico del sector, así como la vinculación de la ruta con festividades tales como la “Feria del queso de Turrialba” para mejorar la promoción del producto turístico.

Tanto en Europa como en Latinoamérica el turismo rural a través de diversos productos turísticos se ha hecho patente como una fuente de ingresos adicional para los habitantes de zonas rurales, generando empleos y mejorando el reconocimiento de los productos que funcionan como eje o temática de su desarrollo; sin embargo, el agroturismo ha sido mucho menos explorado, y si bien existen rutas y circuitos a nivel mundial desarrolladas bajo la tipología de turismo rural no se consideran agroturísticas sino vivenciales, ya que el turista no hace parte de la cadena de producción del producto sino que por medio del intercambio cultural y experiencial con la comunidad receptora genera vivencias que le permiten interactuar con dicha comunidad, por lo anterior no se incluyeron referentes de propuestas turísticas que a pesar de desarrollarse en zonas rurales no son participativas ni generan interacción del turista frente a un producto agrícola.

2.1.4.2 Nacionales.

La ruta del viche.

Realizada en la costa pacífica colombiana y nombrada inicialmente como “La ruta del viche. Producción, circulación, venta y consumo del destilado en el litoral pacífico.” permite ver como una bebida típica para los habitantes de ciudades como Buenaventura, Cali y Guapi, no solo define la cultura, también es una forma de subsistir para algunas personas de esta región, quienes aúnan sus conocimientos para producir y comercializar este producto que es un componente de definición para sus raíces, una fuente de ingreso para una gran cantidad de familias y una manera de mostrar a todo el que llega otra variación de la transformación de la caña de azúcar.

Se puede encontrar la importancia de esta investigación por las bases que forma sobre una ruta turística encaminada a resaltar el proceso de producción y comercialización de un producto identificado netamente como de la costa pacífica, permite observar la importancia histórica y económica que tiene el viche sobre los habitantes de esta parte del país; así como la muestra

patrimonio – cultural que se desarrolla en el contexto que lo rodea y por último las derivaciones que se crean a partir de él principalmente para el enriquecimiento del tema folclórico del municipio.

Zona cafetera

Siendo uno de los productos colombianos con mayor reconocimiento mundial; el café, muestra de la identidad de los habitantes del Eje cafetero, permite hacer un paralelismo entre la vida actual de los caficultores a su historia, sus costumbres, su cultura con sus raíces y el arraigamiento que sienten los oriundos de esta parte del país hacia la naturaleza, la conservación de sus paisajes y la sostenibilidad que estos deben tener, esta producto turístico en el que interviene el llamado triángulo del café es muestra del legado artesanal del municipio, con el aprovechamiento de las ferias y fiestas que hacen parte de la conciencia e incluso el avistamiento de aves que se presenta en Caldas, hacen un llamado a turistas nacionales e internacionales para que conozcan las maravillas que pueden encontrarse en la ruta del café.

Permite observar el desarrollo económico que se da a partir del correcto aprovechamiento de los recursos de un municipio unido con el desarrollo agroturístico basado en la expedición cultural, la variedad en paisajes, la utilización de un producto característico de la identidad colombiana y el reflejo de los habitantes de un territorio cuando mezclan sus conocimientos y ponen en marcha un proyecto que tiene por objeto incrementar el reconocimiento de su región, promocionar un producto y a través de oportunidades económicas la calidad de vida de las personas que se involucran directa e indirectamente con el desarrollo del turismo rural.

Se puede concluir que existe una oferta agroturística en Colombia, siendo la ruta del café un icono de este tipo de diversificación del turismo, dado que el producto que se ofrece como eje fundamental el “café”, cuenta con reconocimiento internacional y el destino se ha organizado con el fin de atraer a la mayor cantidad de turistas, usando las fortalezas paisajísticas que ofrece la naturaleza y la curiosidad del turista sobre la producción y elaboración del producto, sobre esta ruta se han creado documentos con el objetivo de salvaguardar la riqueza del territorio; mientras que la ruta del Viche desarrollada en el pacífico colombiano no cuenta con una estructura sólida aún.

La inclusión del agroturismo en el país está empezando a producirse, paulatinamente se han ido fundamentando propuestas turísticas enfocadas a diversificar un poco el turismo en la rama antes mencionada.

2.2 Producto turístico

2.2.1 Características.

El autor Acerenza (2006), indica que los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización y más aún a la hora de la prestación del mismo, como la heterogeneidad, el hecho de que son intangibles, y que su experiencia es intransferible, concepto apoyado por Middlenton & Clarke, (2002) que señalan además que su carácter diferenciador se basa en la estacionalidad, los elevados costos fijos de las operaciones y la interdependencia de los distintos prestadores de servicios turísticos. Por lo tanto, se entiende que si bien los productos turísticos son intangibles y experienciales dada su naturaleza también requieren de la articulación de prestadores turísticos para garantizar un mejor desarrollo en la actividad turística

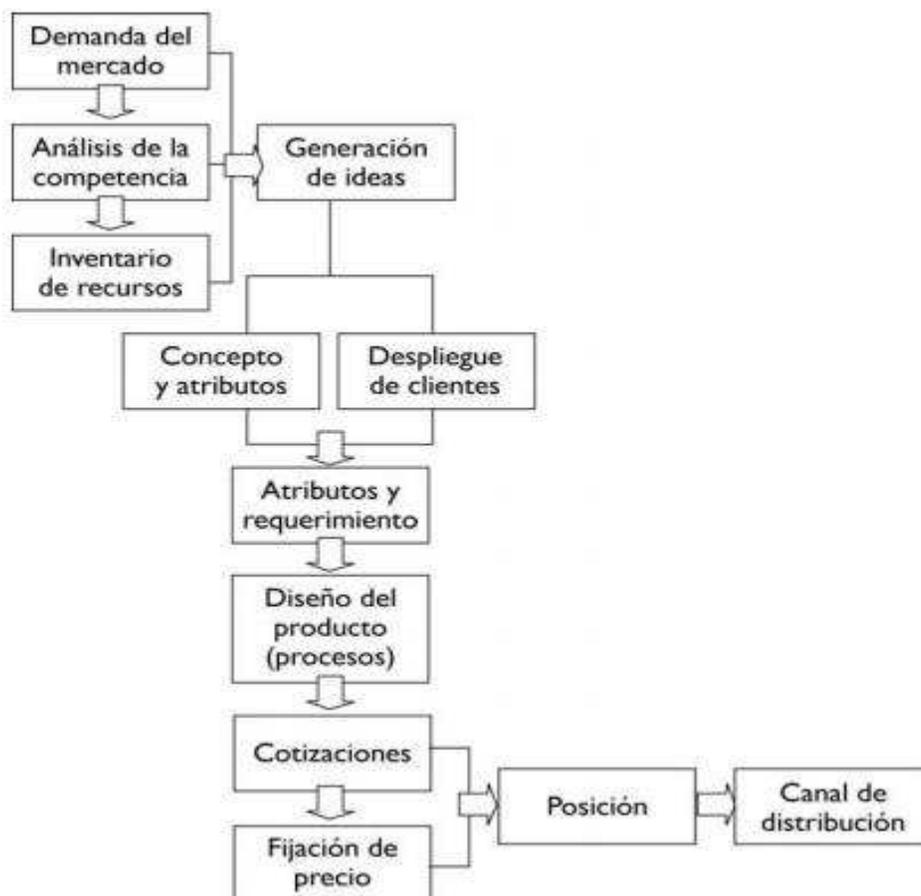
2.2.2 Elaboración del producto turístico.

El objetivo es diseñar los productos turísticos integrados donde la autenticidad constituya una ventaja competitiva, es decir, los recursos históricos, culturales y naturales que podrían incorporarse al producto, sin que se pierda la esencia de la visita del turista y la interrelación con el resto de los prestatarios que intervengan en el producto (Machado & Hernandez, 2007). Por lo tanto, se debe realizar una búsqueda y análisis de la información identificando los atractivos turísticos del destino y los mercados a los cuales se ofertará el producto; seguido del diseño en el cual se determinan las tendencias de los turistas y las ventajas frente a los competidores, posteriormente se definen los precios mediante la utilización de cotizaciones y consenso del mercado y por último se define el canal de distribución.

Teniendo en cuenta el modelo descrito anteriormente, la siguiente gráfica ilustra el paso a paso en la elaboración de un producto turístico, con base en la información consignada por los

autores Machado y Hernández, evidenciando las distintas etapas que conforman el diseño del producto.

Gráfica 1 Procedimiento para la elaboración de un producto turístico



Fuente: Machado E. & Hernández Y. (2007) Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba

2.2.3 Tipos.

Algunos autores afirman que la tipología de los productos turísticos se puede basar en cómo se brinda el desarrollo de la oferta turística, parafraseando a Arcila, Lòpez, & Fernandez, (2015) se aclara que tanto las rutas como los circuitos son productos turísticos vinculados con un espacio determinado y nacidos con el fin de la explotación turística; afirmación que es secundada por Hernandez, (2011) quien afirma que rutas, circuitos y clústers se pueden considerar bajo tres perspectivas turísticas, como recurso, como destino y como producto. Teniendo en cuenta estas definiciones, se debe verificar con base en las cualidades del destino que producto es más

adecuado, siendo estudiadas, las rutas, los circuitos, los clústers, mini clústers y club de producto para determinar según las características del destino y las cualidades de los atractivos integrantes del producto, cual es el que mejor se adecúa a la propuesta turística.

2.2.3.1 Ruta.

Muchas definiciones se han dado al producto en general, tomando diferentes rasgos y distintas perspectivas, por lo cual se han elegido las necesarias, para completar una definición propia. La unión de varias actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Tomas & Sánchez, 2008); La ruta debe contener una variedad de actividades que rodeen los elementos que la distinguen y giren alrededor de su temática (Fernandez & Ramos, 2005)

Rodríguez, (2010) Definió que las rutas se organizaban en función de un producto o rasgo cultural del cual obtenían su nombre y desde allí se plantea la inclusión de la población local para promover el desarrollo económico y social

Por sus características y valores presuntamente singulares, pretenden atraer la visita de consumidores potenciales, siguiendo un recorrido definido y delimitado (Hernandez, 2011). Es la mezcla de varios atractivos turísticos entrelazados entre sí y se basan en el desarrollo de una temática y buscan mejorar el desarrollo económico de un destino por medio de su inclusión.

2.2.3.2 Circuito.

“Son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio” (Godínez, 2009)

Otro autor que brinda una definición es Benitez, (2014) dice que es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante; diferenciándose de una ruta turística por que termina en el mismo lugar en el que inicia y no tienen una temática necesaria para su desarrollo.

Por las definiciones anteriormente consignadas, se entiende que el circuito es la unión de atractivos turísticos, infraestructura y prestadores del servicio, que puede ser circular o semi circular y cuyo progreso no requiere de un eje o tema principal, siendo este su principal factor diferenciador de una ruta turística.

2.2.3.3 Clúster.

Este termino es usado generalmente por los sectores industriales y manufactureros, adaptado singularmente al modelo turístico, entre los autores que explican sus componentes se encuentran Mancildo, Rejane, & Segre, (2010) quienes expresan que es una forma de organizar la actividad turística de un destino, formando una articulación entre los diferentes actores locales, permitiendo una interacción, y surgen como una alternativa proporcionar el desarrollo socioeconómico local; mientras que Toledo, Marroquin, & Castroman, (2017) manifiestan que es necesario haya proximidad geográfica y unión entre empresas privadas, organismos gubernamentales y educativos.

Desde un sector general de la economía Porter, (1999) expresa que el clúster es un grupo específico y geográficamente denso de empresas en instituciones conexas, unidas por rangos comunes y que se complementan mutuamente. Teniendo en cuenta las definiciones dadas por los autores mencionados anteriormente se hace patente la necesidad de la interconexión entre empresas de los sectores público y privado para el impulso económico, pertenecientes al mismo sector productivo y que generan mayor competitividad entre sí.

2.2.3.4 Mini clúster.

Fue a inicios del siglo XX que esta palabra fue mencionada en el sector económico, siendo Porter, (1999) un pionero en su explicación, él confirma que es un modelo de Clúster a pequeña escala, incluyendo a empresas complementarias especializadas en nichos de actividades y que son capaces de confeccionar un producto local especializado.

2.2.3.5 Club de producto.

Según Blanco R., (2013) Es una asociación de empresarios que proveen los servicios turísticos al turista; mientras que Ejarque, (s.f.) amplia dicha definición confirmando que es una herramienta

de gestión y planificación mediante la cual un grupo de empresas de economía mixta, aúnan sus esfuerzos con el fin de aumentar el valor de un producto turístico existente.

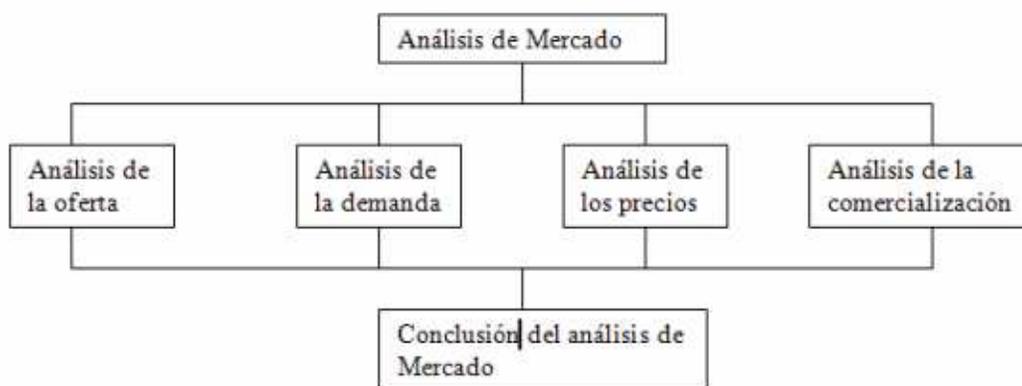
Por lo tanto, se asume que el club de producto turístico es la integración de varias empresas de un mismo sector económico, con la inclusión de los sectores privado y público, cuya finalidad se enfoca en mejorar el producto ofrecido mediante la cooperación y la búsqueda de oportunidades.

2.3 Estudio de mercado

La definición recogida por Baca, (2001) asegura que para la realización de un estudio de mercado se debe cuantificar la oferta y la demanda, realizar un análisis de precios y el medio de comercialización, para así determinar la posibilidad real de penetración en el mercado de un producto o servicio.

Teniendo en cuenta el concepto anterior, la siguiente la gráfica 3 parte del modelo indicado por el autor, especificando los factores involucrados para el estudio de mercado y su correcto análisis.

Gráfica 2 Proceso de elaboración estudio de mercado



Fuente: Baca, G. Evaluación de proyectos edición 4, 2001

En análisis de la comercialización, el autor indica la importancia de conocer las tendencias del mercado, validando el perfil de cliente y la segmentación adecuada con el fin de diseñar estrategias que permitan una mayor penetración en el mercado.

3 Marco conceptual

3.1 Agroturismo

Parafrasenado a Schaere & Dirven, (2001) Es una tipología turística basada en el aprovechamiento agropecuario, combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones campesinas, y donde uno de los principales motivos de las visitas sea el contacto con la explotación agropecuaria, y agrícola; adicionalmente, según Blanco & Riveros (2010) “el producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resulten de interés para un cierto segmento de turistas”.

Para Sayadi & Calatrava, (2001) El agroturismo, es también un tipo de turismo rural, en el que el componente principal de la oferta turística es la participación en tareas de explotación agraria. Por las definiciones dadas por diversos autores podemos definir el Agroturismo como una rama del turismo enfocada en crear un ambiente en el que el turista experimenta las labores agropecuarias y agrícolas que ofrece la comunidad anfitriona en conjunción con el disfrute de atractivos ligados a la naturaleza y del campo.

3.2 Producto turístico

Para Acerenza, (2006) es un compendio de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen para satisfacer las expectativas de un turista; mientras que, Furio, (1997) argumenta que los componentes de un producto turístico es que se elabora por diferentes sectores productivos en pro de su crecimiento económico

Por lo cual, es pertinente afirmar que el producto turístico es un conjunto de bienes materiales e inmateriales ofertado por distintos sectores económicos, que entrelaza los atractivos turísticos de un destino para satisfacer los deseos del mercado objetivo. Siendo por lo tanto la union de atractivos, equipamentos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen un deseo del turista.

3.3 Estudio de mercado

La definición dada por Cepyme, (s.f.) Asegura que es un proceso investigativo mediante el cual se recoge información que se relaciona con la actividad económica respectiva, datos de clientes, competencia, tendencias, entorno, con la cual se tomarán decisiones sobre la viabilidad o no de un proyecto empresarial; Complementando lo anterior Baca, (2001) Dice que el estudio de mercado consta de la cuantificación tanto de oferta como de demanda, el análisis de precios y el estudio de la comercialización del producto o servicio, para que así se pueda verificar la posibilidad de penetración en el mercado, teniendo en cuenta los riesgos inherentes,

3.3.1 Perfil del cliente.

Bacon, (1996) asegura que el perfil del cliente no es una conjetura, debe ser algo exacto y detallado, basados en factores demográficos, geográficos y psicográficos; mientras que Escudero, (2011) confirma que se debe determinar por medio de variables que caractericen al individuo, para así determinar su comportamiento frente a la demanda de productos o servicios que consume.

3.3.2 Segmentación.

La segmentación del mercado consiste en separar el mercado en grupos de consumidores y prospectos, de tal manera que se elija el mejor marketing para cada uno (Bonoma, 1984); mientras que, Kotler, (2001) define la segmentación como la identificación de perfiles de distintos grupos de compradores que podrán requerir productos o mezclas de marketing distintos.

Por lo tanto, la segmentación permite dividir un mercado en grupos más pequeños dependiendo de sus características y generar estrategias de marketing diferentes para cada uno.

3.3.3 Canal de distribución.

Para Lambin, (2003) Constituye uno de los pilares básicos de la función del marketing en la economía, siendo esa organización entre el intercambio voluntario y competitivo y a su vez asegure eficientemente la demanda de productos y servicios; siendo complementada la definición anterior por Alcazar, (2002) quien asegura que el canal de distribución debe poner el producto a disposición del consumidor, en las cantidades requeridas, y en el momento y lugar solicitados.

Es de aclarar, que algunos autores afirman que plaza y distribución pueden significar lo mismo citando a Bravo, (1990) el manifiesta que se puede referir a plaza y distribución, en sentido similar, siendo la primera parte de la constitución nemotécnica de las 4p, mientras que la segunda más usada para referirse a la acción que ejecuta una empresa para poner en contacto a sus consumidores con sus producto o servicios.

3.3.4 Precio.

Desde el punto de vista del marketing se puede definir el precio como cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar, por la adquisición o utilización de un producto o servicio (Kotler & Armstrong, Fundamentos del marketing 6ta edición, 2003) de igual forma las mismas autoras del concepto anterior, aseguran que es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones, que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado.

3.3.5 Competencia.

(Kotler, 2002) afirma que son empresas que satisfacen la misma necesidad de los consumidores, por lo cual es necesario precisar las características de la competencia, así como sus estrategias, objetivos, fuerzas y debilidades, y sacar patrones de reacción

4 Marco geográfico

Este proyecto se tiene su base de desarrollo en la provincia Centro del departamento de Boyacá en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, se ha decidido implementar la propuesta agroturística en el destino por la importancia que tiene la agricultura para el desarrollo económico de estos municipios y la riqueza natural que conforma el paisaje de las fincas en las que se realiza el proceso de cultivo, siembra y recolección

4.1 Tunja

Ubicada en la provincia Centro del departamento de Boyacá, Tunja es un municipio agrícola, cultural y comercial, según la información consignada en la página Web de la alcaldía del municipio, tiene una extensión total de 121.4920 Km², de los cuales 101.7258 Km² corresponden al área rural, tiene una temperatura media de 13 °C; Está conformada por 13 veredas.

Con base en la información consignada en la ficha de caracterización del municipio con fecha de 2017 elaborada por el Departamento Nacional de Planeación (DPN) la población urbana de Tunja es de 187.735 personas correspondientes al 96.01% del margen poblacional mientras que la rural con 7.803 personas equivalen al 3.99%.

Según El Ministerio de Defensa Nacional y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) la tasa de homicidios por cada 10.000 en 2016 fue del 0.4% y la tasa de hurtos para el mismo periodo corresponde al 51.7% superando así la tasa promedio manejada en el departamento de Boyacá del 25.8%.

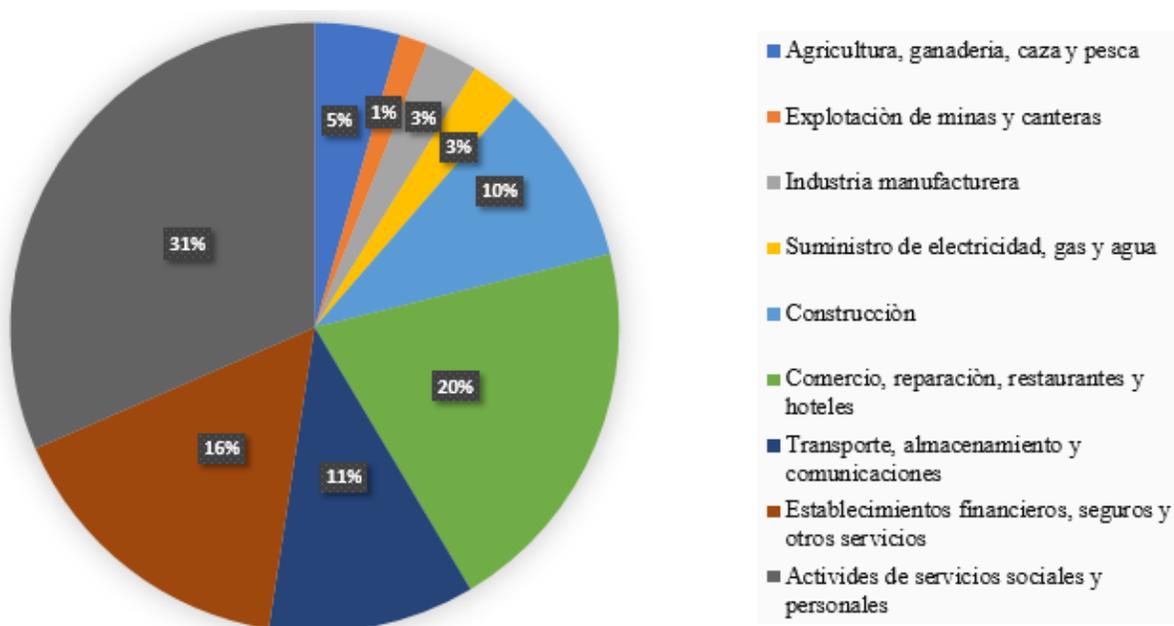
4.1.1 Economía.

En el municipio, el desarrollo económico se da a partir del ofrecimiento de bienes y servicios, seguido por el comercio, la hotelería y la restauración, en cuestiones agrícolas la papa y el maíz son los principales sustentos económicos de los agricultores de la ciudad, pero también se cultivan productos como la uchuva y el cacao.

En la siguiente imagen se detallarán los porcentajes agregados dependiendo de la actividad económica, evidenciando así los principales renglones de ingresos del municipio, se puede

observar que el 31.51% de los ingresos se generaron a partir de las actividades de servicios sociales y personales, el siguiente rubro con mayor participación fue el del comercio y las industrias hoteleras y de restauración con un 20.33%; mientras que las actividades derivadas en la agricultura y la ganadería aportan un 4.53% del margen total.

Gráfica 3 Porcentaje del valor agregado de Tunja por ramas de actividad económica



Fuente: Departamento Nacional de Planeación (DNP) con base en la información del Departamento Nacional de Estadística (DANE), 2015

4.1.2 Accesibilidad

Entre las principales vías de acceso terrestre, están la troncal BTS (Briceño, Tunja y Sogamoso) y la A62 que conduce a Bucaramanga, ambas pertenecen a la vía Panamericana; mientras que en el perímetro urbano la troncal Central del norte que comunica a varios municipios del departamento, la Avenida Oriental que permite atravesar el centro histórico de Tunja y la Avenida Colon permite el acceso a Chiquinquirá.

Por otro lado, el aeropuerto Gustavo Rojas Pinilla de Tunja, se encuentra en servicio, pero únicamente para vuelos ocasionales.

4.2 Samacá

Es un municipio de Tunja ubicado en la provincia del Centro, tiene una extensión de 172.9 km² de los cuales 171.7 km² corresponden a zonas rurales, manejan una temperatura que oscila generalmente de 12 a 16°C, se divide en 12 veredas.

Teniendo en cuenta los datos registrados en la ficha de caracterización del 2017 la población urbana de Samacá es de 6.085 personas lo que equivale al 29.93% del margen poblacional mientras que la rural con 14.254 personas corresponden al 70.07%.

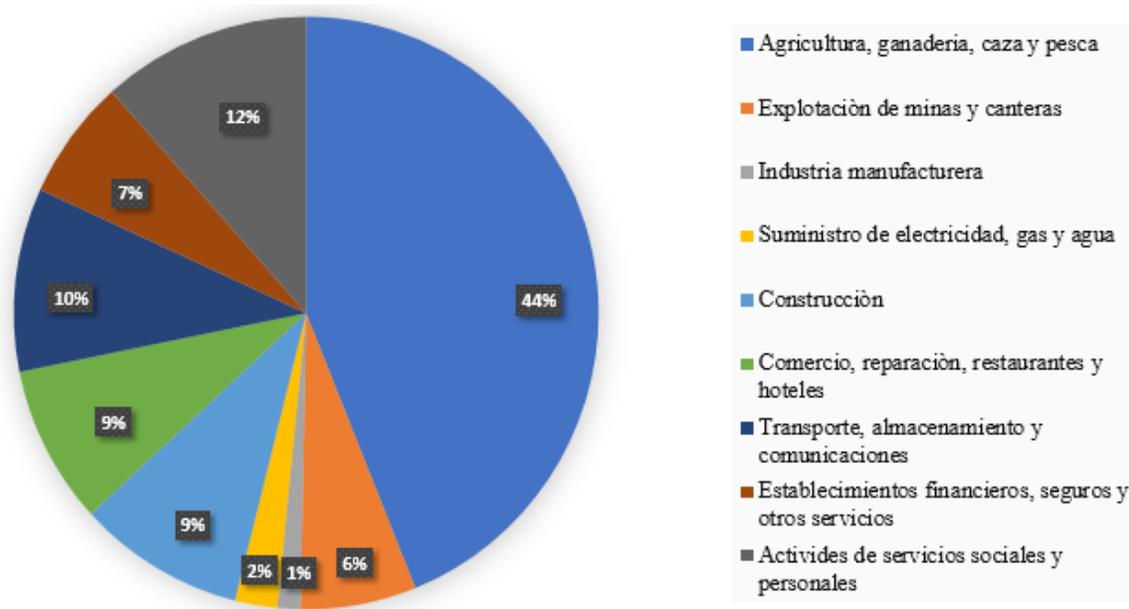
Según El Ministerio de Defensa Nacional y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) la tasa de homicidios por cada 10.000 en 2016 fue del 0.5% y la tasa de hurtos para el mismo periodo corresponde al 3%.

4.2.1 Economía.

Las condiciones del suelo, el clima y el agua permiten que Samacá se considere un municipio agrícola, en donde los principales productos cultivados son la papa, arveja, maíz, zanahoria, trigo, cebada, habas, arracacha, cebolla y tomate; otro renglón económico es la minería del carbón también es fundamental para la economía del municipio, mientras que la ganadería, el comercio y la industria textil generan empleo y hacen parte de una fuerza económica secundaria de la ciudad

En la siguiente imagen es posible observar los valores porcentuales de las actividades que mayores ingresos le representan al municipio, siendo la agricultura, ganadería y caza con un 43.91% la de mayor representación, seguida por las actividades de servicios sociales equivalentes al 11.56% y el transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 10.02%.

Gráfica 4 Porcentaje de valor agregado en Samacá por ramas de actividad económica



Fuente: Departamento Nacional de Planeación (DNP) con base en la información del Departamento Nacional de Estadística (DANE), 2015

4.2.2 Accesibilidad.

Desde Bogotá es posible llegar saliendo por la autopista norte y tomando el desvío que se encuentra ubicado a la altura del puente de Boyacá; también la carretera Central que conduce de Tunja a Villa de Leyva y Chiquinquirá pasando por Samacá

4.3 Siachoque

Es un municipio perteneciente a la provincia del Centro de Boyacá, su extensión total es de 125 km², y una temperatura media de 9 -17°C. Conformado por 10 veredas, es un territorio de relieve montañoso y bañado por los ríos Cormechoque, Tocavita y La caña

Según la ficha de caracterización del 2017 del municipio Siachoque tiene 1.597 personas como población urbana equivalentes al 17.80% del censo poblacional, mientras que en las áreas rurales hay 7.373 personas correspondientes al 82.20% del margen total.

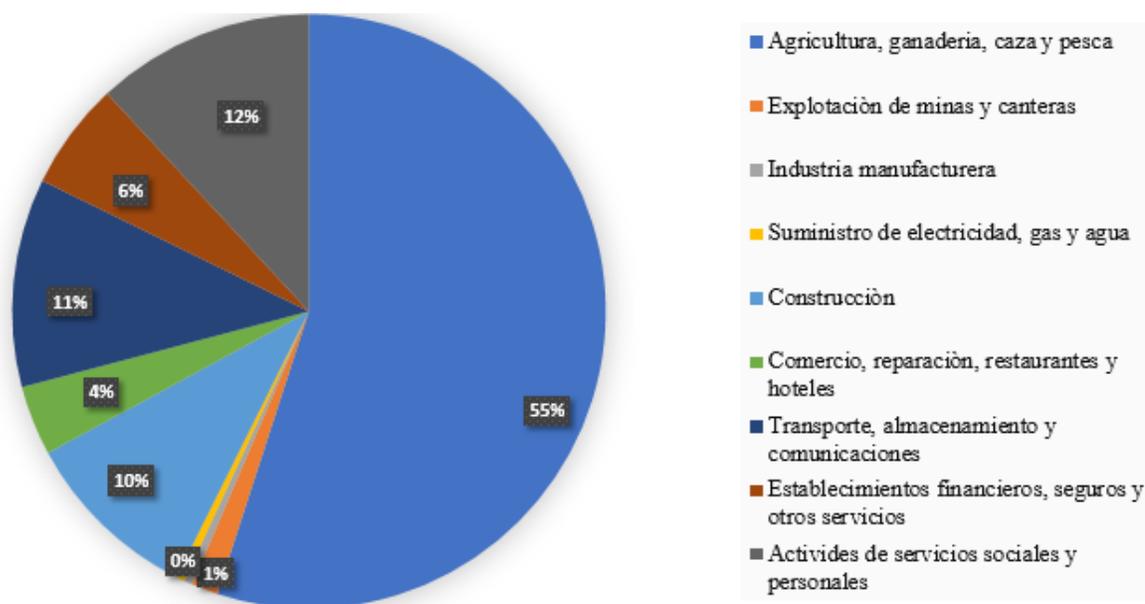
Según El Ministerio de Defensa Nacional y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) la tasa de homicidios por cada 10.000 en 2016 fue del 0% y la tasa de hurtos para el mismo periodo corresponde al 10%.

4.3.1 Economía.

Los sectores agrícola, ganadero y minero, son el principal sustento económico del municipio, el comercio (expendio de agroquímicos, carne y víveres) y el transporte (de carga) también contribuyen al desarrollo de Siachoque, aunque en menor medida, la papa es el principal producto de cultivo de la ciudad, seguido por productos como maíz, cebolla, arveja, cebada, trigo y haba

En la siguiente imagen, se puede analizar el nivel de importancia de las principales actividades económicas, con base al porcentaje de ingresos que representa, por lo tanto, es posible asegurar que las actividades derivadas de la agricultura, la ganadería y la caza con un 55% de representación total, son consideradas la principal fuente de ingresos para los habitantes de Siachoque.

Gráfica 5 Porcentaje del valor agregado del municipio Siachoque por ramas de la actividad económica



Fuente: Departamento Nacional de Planeación (DNP) con base en la información del Departamento Nacional de Estadística (DANE), 2015

4.3.2 Accesibilidad.

De Tunja la vía Soracá lleva directamente a Siachoque, y hay vías locales que permiten el transporte entre veredas.

5 Marco legal

Con las siguientes leyes, se pretende brindar los lineamientos generales que influyen en la estructura de la oferta agroturística, teniendo en cuenta las políticas que rigen en desarrollo turístico basadas en la sostenibilidad y el crecimiento socio económico de la comunidad receptora.

5.1 Ley 300 de 1996

Es la ley general de turismo en Colombia, se dictaminaron los lineamientos a seguir en cuestiones del desarrollo turístico en el país, detallan los organismos del gobierno que velan por el correcto desempeño de los operadores turísticos haciendo hincapié en las funciones del viceministerio de turismo; también se brinda el concepto del agroturismo, ecoturismo, y otras ramas del turismo rural, en términos de promoción del mismo se nombran a las oficinas que se encargan del mercadeo a niveles internacionales.

Se detalla los deberes que tienen los prestadores de servicios turísticos, subdividiéndolos en sus diferentes sectores. Fue modificada por la ley 1558 de 2012.

5.2 Ley 1558 de 2012

Modifica a la ley 300 de 1996, pone en evidencia la importancia de la actividad turística, con objetivos primordiales en el desarrollo, la promoción y la competitividad del sector, haciendo énfasis en la importancia de aprovechar y salvaguardar los recursos naturales, culturales e históricos con el fin de establecer un turismo sostenible y sustentable.

Manifiesta las disposiciones de la ley 300 con unas modificaciones adaptadas a las necesidades y los avances presentados de 1996 a 2012 con incrustaciones de la relevancia del manejo adecuado de los atractivos para fomentar la sostenibilidad.

5.3 Política de turismo de naturaleza

Esta política rige los principios que se encargan de velar por el buen uso del medio ambiente, brindando un listado de los actores responsables de salvaguardar un destino natural, dejando en

claro que se debe actuar siempre propendiendo a que el turismo no genere impactos negativos en el destino, siendo por lo tanto sostenible ambientalmente.

La política, establece que se pretende situar al país como un destino de naturaleza diversificado en todas sus ramas y que cumpla con todos los estándares de calidad exigidos, siendo a la vez rentable.

5.4 Plan de desarrollo Boyacá 2016- 2019

Permite al gobernador tener una visión del departamento desde varios focos, entre ellos el ambiental, el político y el institucional, con lo cual se busca incrementar la calidad de vida de los habitantes de Boyacá, delineando el gasto presupuestal para las iniciativas que se generarán a partir de la búsqueda del crecimiento departamental en cada uno de los sectores. Para el caso, el plan denominado “Creemos en Boyacá tierra de paz y libertad 2016 - 2019” prima la importancia del desarrollo, la mejora de oportunidades, el mejoramiento en el bienestar, todo con base en el fomento del respeto a la cultura y a la biodiversidad.

El plan de desarrollo, brinda las generalidades de Boyacá desde el punto de vista administrativo hasta el económico; con enfoques que buscan el desarrollo sostenible y humano por lo cual relacionan tres componentes (vivienda, salud, educación) y basados en ellos se diseñan programas que buscan encontrar una mejora para el departamento; así mismo, diversifican el turismo en matrices, ligadas a los impactos positivos que se generan actualmente y estudiando diferentes enfoques para fomentar el turismo en el departamento

Con base en la información anterior, es posible decir que el Colombia aun no hay una reglamentación que promueva y vigile el correcto desarrollo del agroturismo, lo que dificulta el crecimiento de esta rama del turismo dada la poca información y las escasas leyes que abordan el tema de manera superficial.

6 Metodología

El tipo de investigación que se utilizó para la realización del trabajo fue descriptivo, toda vez que la propuesta turística que se estructurada requiere de la opinión de la comunidad; así mismo, se deben entender las costumbres que tienen los agricultores y las actividades que realizan, para poder ofertar la diversificación agroturística de una manera que no vaya a generar un impacto negativo en la comunidad anfitriona y al mismo tiempo que incentive la demanda turística.

6.1 Enfoque

El enfoque trabajado es mixto, ya que se requiere de una recolección de datos de manera cualitativa y cuantitativa, por medio de la utilización de instrumentos tales como las encuestas, entrevistas, fichas técnicas.

6.2 Fuentes primarias

Se realizaron encuestas a turistas para conocer su opinión frente al producto turístico propuesto y determinar el perfil del cliente a manejar, también se elaboraron inventarios de los atractivos agroturísticos de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque

6.3 Fuentes secundarias

Para la realización de este trabajo se consultaron, libros de turismo, culturales, de marketing, de diferentes épocas para tener una visión más amplia y abarcar de la mejor manera posible el tema de la elaboración del producto turístico; así mismo, artículos de revistas especializadas en turismo, publicadas desde varios países y basadas en distintos puntos de vista y estudios de caso con el fin robustecer la información consignada en el presente documento.

6.4 Población Objetivo

Según la información proporcionada por SITUR y la alcaldía de Boyacá las cifras de turismo receptor únicamente se encuentran de manera departamental, tomando como población a los 2.158.374, turistas registrados en Boyacá en el año 2017.

Se tomaron en cuenta la totalidad de prestadores de servicios turísticos que tienen correlación con el agroturismo en términos de hospedaje, alimentación, transporte y que están ubicados en los municipios que conforman el destino del producto, toda vez que el capítulo 1 se basó en un diagnóstico de las potencialidades agroturísticas, oferta y demanda de los destinos y, agricultores de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque.

6.5 Muestra

La muestra está constituida por los turistas a los cuales se les realizó la encuesta requerida para la elaboración del capítulo 2 con la finalidad de obtener un perfil de cliente y segmentar el mercado, determinándola a partir del cálculo resultante de la muestra de población infinita, fórmula que se puede apreciar en la gráfica 1.

Gráfica 6 Muestra población infinita

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} =$$

Fuente: Morales P. (2012), Estadística aplicada a las ciencias sociales

El nivel de confianza establecido para la muestra fue de 95%, mientras que el margen de error fue del 5%. con base en la información consignada, el cálculo fue de 384 encuestas a realizar.

Para determinar la cantidad de encuestas a realizar en cada municipio, se utilizó la información registrada en las fichas de caracterización municipales del DANE 2017, en las cuales se confirma la extensión territorial de Tunja, Samacá y Siachoque, como se observa en la tabla 1

Tabla 2 Encuestas a realizar por extensión territorial

<i>Municipio</i>	<i>Ext. Territorial</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Cant. Encuestas</i>
Tunja	1.214,9	80%	308
Samacá	172,9	11%	44
Siachoque	125	8%	32
Total	1.512,8	100%	384

Elaboración propia, (2018) Fuente: Departamento Nacional de Planeación (DNP) con base en la información del Departamento Nacional de Estadística (DANE), 2015

Tunja tiene una extensión total de 1.214 km² lo que representa el 80% de la extensión total de los 3 municipios que integran el destino, Samacá con 172,9 km² representa el 11% y Siachoque con 125 km² es equivalente al 8%, los porcentajes mencionados anteriormente reflejan la proporción de encuestas que se realizaron en cada municipio, partiendo de las 384 encuestas que arrojó el cálculo muestral.

7 Capítulo I diagnóstico potencial agroturístico

7.1 Diagnóstico

7.1.1 Concepto.

Diversos autores abordan este tema; sin embargo, dado que se busca un enfoque hacia el sector turístico, se tomaron definiciones dadas para la planificación turística, en este contexto García, (1984) asegura que mediante un diagnóstico se analiza la situación actual, los principales obstáculos y las perspectivas de progreso para el desarrollo de un proyecto, atendiendo los recursos y las potencialidades que ofrece un destino.

Para complementar Ricaurte, (2009) define el diagnóstico como la fuente directa de información que permite la toma de decisiones y el planteamiento de estrategias. A partir de las definiciones recogidas anteriormente es posible establecer que el diagnóstico es el punto de partida para la generación de cualquier tipo de proyecto, plan o programa que se desee implementar; con base en esto, para la creación del producto agroturístico se realizó el diagnóstico de la oferta y la demanda turística, para lo cual se requirieron los inventarios turísticos de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, así como la información de los diferentes prestadores de servicios turísticos y las cifras de turismo receptor tanto nacionales como regionales, con lo cual se realizó una DOFA que contiene el análisis del diagnóstico compilado.

7.2 Oferta turística

7.2.1 Inventario turístico.

7.2.1.1 Concepto.

Constituye un registro y un estado integrado de los elementos turísticos que, por sus cualidades naturales, culturales y humanas, pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística (Mincetur, 2006)

Según el Viceministerio de Turismo, (2010) Los atractivos turísticos se clasifican en Patrimonio cultural, que a su vez se subdividen en materiales, inmateriales, festividades y grupos

de especial interés y en sitios naturales que comprenden todas las áreas geográficas y recursos naturales que se consideran de interés para el desarrollo turístico, el siguiente inventario tendrá únicamente atractivos naturales y culturales tales como festividades y eventos, dado que el desarrollo del agroturismo se enfoca en las potencialidades naturales y festividades en torno al sector agropecuario.

Para contextualizar, las categorizaciones del inventario se realizaron por municipio, por lo cual la presentación del mismo, se presentará dividido en los atractivos pertenecientes a Tunja, a Samacá o a Siachoque.

7.2.1.2 Inventario turístico de Tunja.

En la tabla 3, se encuentran los atractivos que por sus componentes naturales son considerados aptos para la práctica agroturística, así mismo una descripción que sus rasgos básicos, siendo estos atractivos principalmente parques que se encuentran ubicados en el casco urbano de la ciudad.

En Tunja, el turismo se enfoca al desarrollo cultural y religioso de la ciudad, en el inventario realizado se incluye 1 sitio natural ubicado en la subcategoría de Caídas de agua, siendo la Reserva natural el Malmo y parques emblemáticos de la cabecera municipal como el Bosque de la República, el Pozo Donato, Recreacional, Santander, Pinzón, Independencia y el Principal, ubicándose en la categoría de lugares de observación de flora y fauna; en el municipio no se encontraron atractivos naturales de tipología cársica, ni llanuras o aguas lénticas y, teniendo en cuenta la ubicación geográfica del destino no hay costas litorales.

Tunja tiene una gran riqueza cultural, tradiciones, ferias, fiestas, arquitectura, museos, monumentos; sin embargo, ninguno de estos atractivos se considera apropiado para el desarrollo del agroturismo o el turismo rural, motivo por el cual no fue posible identificar elementos de folklore tunjanos susceptibles a la inclusión del modelo agroturístico.

En el anexo 1 se encontrarán las fichas de los atractivos naturales que componen el inventario agroturístico del municipio.

Tabla 3 Categorización atractivos agroturísticos de Tunja

Categoría	Tipo	Subtipo
1. Sitios naturales	1.1 Caídas de agua	1.1.1 Reserva natural el Malmo, su sistema hídrico cuenta con varias quebradas que son afluentes del río Teatinos, se pueden encontrar plantas epifitas, briófitas, líquenes, musgos y se aprecian además gran diversidad de orquídeas. Cuenta con una diversidad de fauna característica de ecosistemas alto andinos
	1.2 Lugares de observación de flora y fauna	<p>1.2.1 Bosque de la República, es una amplia zona verde ubicada al sur de la ciudad, reconstruida en 1918 llena de prados, árboles y arbustos de distintos colores, también hay un lago y caminos peatonales, esta adorado con figuras artesanales de animales tales como panteras, leones y expresiones precolombinas</p> <p>1.2.2 Pozo Donato, conocido antiguamente como pozo hunzaúa es un parque arqueológico de la cultura Muisca, entre sus características se encuentran la laguna de aguas frías y profundas bordeada en piedra, a su alrededor se hallan senderos en piedra, bohíos y algunas de las columnas del legendario templo solar de Goranchacha, monolitos que datan de la precolombina. En el islote se encuentra una réplica del parque</p> <p>1.2.3 Parque recreacional, cuenta con un equipamiento para la recreación y el deporte, con dos módulos de juegos infantiles, zonas verdes, espacio para práctica de aeróbicos y árboles de distintas zonas de Boyacá</p> <p>1.2.4 Parque Santander, fue inaugurado con ocasión del cuarto Centenario de la Fundación Hispánica de Tunja, de terreno quebrado que fue utilizado artísticamente para efectuar construcciones el teatro Jorge Velosa, y que es al aire libre con sus graderías en ladrillo y cemento, cuenta con amplios jardines y zonas verdes con flora propia de la región</p> <p>1.2.5 Parque Pinzón, está rodeado de jardines, árboles y arbustos, caminos peatonales y zonas pasivas de recreación, posee un polideportivo en el costado occidental. Del otro sector se encuentra un busto del General Próspero Pinzón Romero, y un monumento de Antonio Nariño</p> <p>1.2.6 Parque de la independencia, su principal característica es el monumento de la independencia de Colombia en cuya cúspide el Cóndor Andino, de cuyo pico pende una corona de laurel, mientras que en sus garras sostiene la bandera, todo el monumento está rodeado de zonas verdes y amplios caminos</p> <p>1.2.7 Parque principal, conserva los rasgos de los parques de la colonia los cuales tenían una pila central y zonas abiertas divididas por parcelas en materiales diversos en este caso el concreto, ladrillo y la piedra, en cuyas divisiones se ubicaban parcelas con sus zonas verdes respectivas</p>

Elaboración propia, 2018

7.2.1.3 Inventario turístico de Samacá.

En tabla número 4, se detallarán los atractivos que, dadas sus características ecológicas y su desarrollo al aire libre, pueden ser unidos a prácticas agroturísticas, tales como el páramo Ravanal, en la categorización de lagos, lagunas y estéreos se encuentra la represa Gacheneca, la laguna Verde, en ríos y arroyos, el Teatinos, el tipo caídas de agua es representado por la cascada Golpe de agua; mientras las ferias del campesino y ganadera que se realizan en el municipio sirven de incentivo para el desarrollo agrónomo y turístico de la región.

Tabla 4 Categorización atractivos agroturísticos de Samacá

Categoría	Tipo	Subtipo
1. Sitios Naturales	1.1 Páramos	1.1.1 Páramo de Ravanal, es un macizo montañoso ubicado entre Cundinamarca y Boyacá, ideal para practicar turismo ecológico, su temperatura promedio es de 10°C, se encuentra vegetación propia de un páramo y especies nativas tales como Curíes, Armadillos, Guaches, Ardillas, Musarañas, Halcones y Águilas
	1.2 Lagos, lagunas y estéreos	1.2.1 Represa Gacheneca, dada la ubicación y las características del terreno cerca al Río es posible practicar senderismo y observación del entorno natural
		1.2.2 Laguna verde, con una temperatura promedio de 12° C, tiene la vegetación propia de un páramo, frailejones, rastrojos y matorrales, así como rastros indígenas representados en petroglifos, también existen leyendas que incrementan su atractivo, mitos que aseguran que hay oro indígena en las profundidades del lago
	1.3 Ríos y arroyos	1.3.1 Río Teatinos, dada la ubicación y las características del terreno cerca al Río es posible practicar senderismo, cañonismo, ciclo montañismo, rappel ubicados desde el puente del río
	1.4 Caídas de agua	1.4.1 Golpe de agua, también llamada la Chorrera esta cascada mide 65 metros, se practica senderismo y observación de flora
2. Cultural	2.1 Ferias y fiestas	2.1.1 Feria del campesino, realizada en el mes de junio, promueve la unión familiar y los juegos hay actividades relacionadas con la música y la gastronomía, de alimentos propios del municipio.
		2.1.2 Feria ganadera, se realiza el segundo fin de semana de octubre y incluyen actividades de cabalgatas desfile de carrozas, fiesta taurina, se premia a los ganaderos de la región con mejores ejemplares en la línea ganadera y se realiza una muestra agroindustrial

Las fichas de inventario turístico, que detallan la información consignada en la tabla 3, se ubica en el anexo 2

7.2.1.4 Inventario turístico de Siachoque.

En la tabla 5, se observan los atractivos naturales que tiene Siachoque, predominan los páramos siendo representados por la Plaza del diablo, los Verdes, el Cortaderas y el Siachoque, los nacimientos de agua, lagos, lagunas y estéreos tales como el Pozo de los patos y el Maná de San Juan, mientras que en caminos pintorescos se encuentran las piedras de Cataca.

Tabla 5 Categorización atractivos agroturísticos de Siachoque

Categoría	Tipo	Subtipo
1. Sitios Naturales	1.1 Páramos	1.1.1 Plaza del diablo, es un gran colchón de musgo en el cual se puede apreciar flora como musgo, frailejón, arrayán, tunos, encenillo, chite, orquídeas y fauna como venados, truchas, tinajos, fauna y flora propias de páramos por su ecosistema es propicio para la práctica de ciclo montañismo
		1.1.2 Los verdes, una serie de pantanos, entre los que se encuentra el pantano colorado o el llano grande, del que nace el río la caña.
		1.1.3 Páramo de cortaderas, sitio amplio y vegetativo, ideal para acampar y realizar variedad de actividades ecológicas
		1.1.4 Páramo de Siachoque, con las características propias de los páramos, se encuentra la fauna y flora perteneciente a este entorno natural
	1.2 Lagos, lagunas y estéreos	1.2.1 Pozo de los patos, es el lugar donde se capta el agua para el acueducto de las veredas Tocativa, Juruvita, Turja y Firaya, con una temperatura media de 13° C, es un sitio natural que permite practicar senderismo y avistamiento de aves.
		1.2.2 El maná de San Juan, es un nacimiento de agua que surte el acueducto del casco urbano de las veredas Firaya y Centro, apta para prácticas de senderismo
	1.3 Caminos pintorescos	1.3.1 Piedras de Cataca, contienen inscripciones indígenas y rasgos egipcios las piedras hacen que se forme un represamiento en la quebrada Fireya y permite la exploración del hábitat mediante caminatas

Elaboración propia, 2018

En el anexo 3, se encuentran las fichas de inventario turístico, con la información completa de los sitios naturales mencionados en la tabla 4.

7.2.1.5 Análisis inventario turístico municipios de Tunja, Samacá y Siachoque.

En la tabla 5, se enlazan los diferentes atractivos naturales y de folklore de los municipios que componen el producto turístico y el puntaje otorgado teniendo en cuenta la metodología para elaboración de inventarios turísticos propuesta por el Viceministerio de Turismo en 2010, en la cual se confirma que para atractivos naturales se evalúa el grado de contaminación del agua, del aire, visual y sonora, así como el estado de conservación, la diversidad y la singularidad, los ítems nombrados se puntúan de 1 a 10 teniendo en cuenta el cumplimiento de cada uno y se da una valoración dependiendo del significado del atractivo; es decir, si su impacto es local.

Es de aclarar, que las festividades se evalúan teniendo en cuenta la organización del evento, los beneficios socioculturales para la comunidad, los beneficios económicos y si su impacto es local, regional, nacional e internacional, siendo también 100 su calificación máxima.

Con base en la información consignada en la tabla 6, es posible determinar que los sitios naturales en los municipios integrantes del producto agroturístico, requieren de mayor atención y que las entidades encargadas de la preservación de dichos sitios se encarguen de establecer lineamientos que busquen la conservación del entorno, con el fin de que puedan ser susceptibles a la exploración turística

Las puntuaciones más bajas se obtuvieron en Tunja dado que los parques que integran el inventario turístico en el municipio, se encuentran en la zona urbana y el ruido es constante, además la diversidad no es muy variada, casi todos tienen plantas propias de la región y algún monumento representativo.

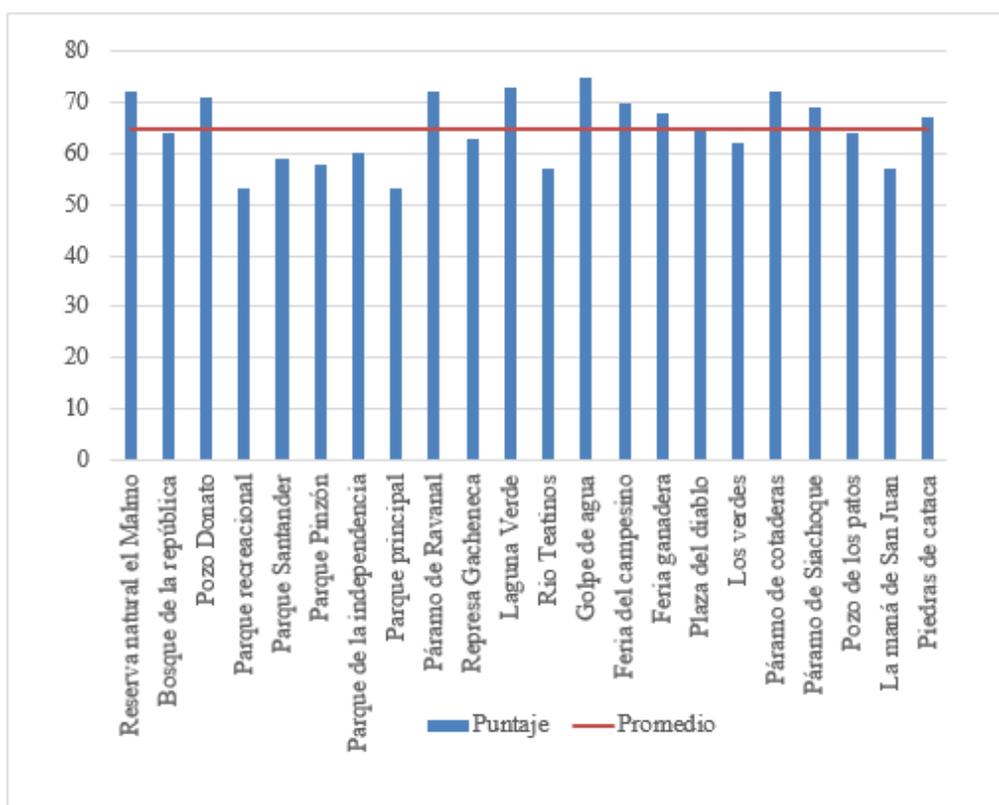
Tabla 6 Puntaje atractivos turísticos

<i>Atractivo</i>	<i>Puntaje</i>
Reserva natural el Malambo	72
Bosque de la República	64
Pozo Donato	71
Parque Recreacional	53
Parque Santander	59
Parque Pinzón	58
Parque de la independencia	60
Parque Principal	53
Páramo de Ravanal	72
Reserva Gacheneca	63
Laguna Verde	73
Rios Teatinos	57
Golpe de Agua	75
Feria de Campesino	70
Feria Ganadera	68
Plaza del Diablo	65
Los Verdes	62
Páramo de cotaderas	72
Páramo de Siachoque	69
Pozo de los Patos	64
La maná de San Juan	57
Piedras de Cataca	67

Elaboración propia, 2018

En la gráfica 7, se observa los 22 atractivos turísticos que componen el inventario, de los cuales 11 superan el promedio general de puntaje obtenido (64,7), lo que indica que estos son los atractivos más factibles a tener en cuenta en el momento de la elaboración del producto turístico, por sus características y cualidades.

Gráfica 7 Atractivos que superan la media



Elaboración propia, 2018

En la Gráfica 7 es posible identificar la tipología propia de la categorización y el municipio en el que se ubican los atractivos que se encuentran por encima de la media, siendo Samacá por las muestras culturales reflejadas en las ferias que se realizan y el cuidado en el entorno que se evidencia en los sitios naturales el municipio con mayores potencialidades agroturísticas, cuyas cualidades permiten su incorporación en el producto planteado.

En Siachoque, la diversidad y el estado de conservación de los páramos permite que estos sitios naturales, integren modelos de desarrollo turístico rural; mientras que Tunja pese a los parques diseñados con el fin de permitir la observación de flora y fauna, es principalmente un destino turístico religioso y cultural, por lo cual y teniendo en cuenta la variedad de atractivos turísticos que poseen, no hay gran oferta de atractivos perfilados para el agroturismo.

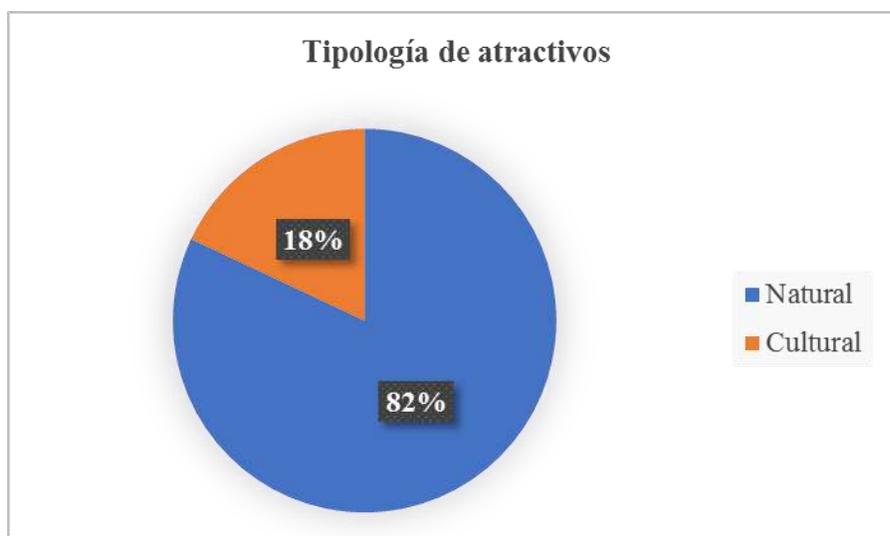
Tabla 7 Tipo y ubicación de atractivos

<i>Atractivo</i>	<i>Tipo</i>	<i>Municipio</i>
Reserva natural el Malambo	Natural	Tunja
Pozo Donato	Natural	Tunja
Páramo de Ravanal	Natural	Samacá
Laguna Verde	Natural	Samacá
Golpe de Agua	Natural	Samacá
Feria del Campesino	Cultural	Samacá
Feria Ganadera	Cultural	Samacá
Plaza del Diablo	Natural	Siachoque
Páramo de Cotaderas	Natural	Siachoque
Páramo de Siachoque	Natural	Siachoque
Piedras de Cataca	Natural	Siachoque

Elaboración propia, 2018

Teniendo en cuenta la información consignada en la gráfica 8, es posible identificar que de los 11 atractivos cuyo puntaje es superior al promedio general, 9 que corresponden al 82% son sitios naturales, mientras que el restante 18% equivalente a 2 atractivos, son culturales siendo festividades que se desarrollan anualmente en el municipio de Samacá.

Gráfica 8 Tipología de atractivos



Elaboración propia, 2018

Con lo cual se puede concluir que en términos de folklore solamente hay ferias y fiestas relacionadas con el sector agrícola en Samacá; mientras que en Tunja y Siachoque las muestras culturales si bien son agrícolas no tienen relación con el agro.

7.2.2 Prestadores de servicios turísticos.

En los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, es posible encontrar agencias de viaje, restaurantes, empresas de transporte de pasajeros y establecimientos de hospedaje; sin embargo y teniendo en cuenta que no todos los prestadores de servicios turísticos serán contemplados para la realización del proyecto, se han usado variables para determinar, dadas sus características los prestadores más adecuados para la inclusión en el producto agroturístico.

Con base en lo anterior, se realizaron modelos de medición dependiendo del tipo de prestador turístico, para las agencias de viaje, se requirió el Registro Nacional de Turismo, el uso de páginas web y que manejen una oferta no solo con los destinos de Tunja, Samacá y Siachoque sino que incluyan planes y paquetes enfocados a la práctica de las diferentes tipologías turísticas que componen al turismo rural, como el ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo.

Se realizó un filtro con los restaurantes, siendo necesario que los establecimientos incluyeran en su menú comida típica de la región, posteriormente se evaluaron por diferentes ítems, brindando una calificación al estado de la fachada, de las sillas, mesas y accesorios, de la accesibilidad y de la capacidad máxima de comensales que pueden llegar a atender.

Para las empresas de transporte de pasajeros, se tuvo en cuenta la flota que tiene cada una de ellas dedicada a fines turísticos, su tiempo en el mercado y los datos de localización tales como teléfono, dirección y correo electrónico

En el caso del hospedaje, se realizó una subdivisión, siendo que en Tunja hay una oferta de hoteles que precisamente por ubicarse en la zona urbana no son propicios para el desarrollo agroturístico, sin embargo se realizó una medición por la cantidad de cama que tienen estos establecimientos de hospedaje; mientras que en Samacá y Siachoque por ser destinos más rurales las fincas son las que componen la oferta, se evaluaron variables relacionadas con la accesibilidad, el estado de la fachada, la infraestructura y la capacidad de alojamiento.

7.2.2.1 Agencias de viaje.

Agencias de viaje en Tunja.

En el municipio hay 34 agencias de viaje, de las cuales 30 tienen Registro Nacional de Turismo, según información brindada por Ana Meneses Rodríguez, quien es la coordinadora de empresas del Sistema de Información Turística (SITUR) de Boyacá, en un segundo filtro se identificó que 1 es una agencia que funciona únicamente para ciertas cajas de compensación y otra de las agencias presta servicios únicamente a docentes y sus familias.

De las 28 agencias de viaje restantes, teniendo en cuenta las variables para la elección de las agencias de viaje más acordes a la inclusión del producto agroturístico ya mencionadas anteriormente, se revisó cuáles de esas 28 agencias manejan página web, la búsqueda arrojó que 9 empresas tienen un sitio en la web para la promoción y comercialización de sus paquetes turísticos, de las cuales 7 agencias manejan una oferta de turismo ecológico y rural.

Las siguientes fichas técnicas contienen la información básica de las 7 agencias de viaje a las que se redujo el monto inicial.

Tabla 8 Ficha técnica Colombitravel

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	AGENCIA DE VIAJES COLOMBITRAVEL
Contacto	Rosa Cortés Salamanca
Registro RNT	30482
Dirección	Transv. 0 # 66a -20
Municipio	Tunja
Télefono	7445904 - 3138108510
Correo	rosal562@yahoo.com
Página web	www.colombitravel.com/la_agencia.php
Tipología de planes	Sol y playa, aventura, regilioso, ecológico
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 9 Ficha técnica Eventours

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	EVENTOURS SAS
Contacto	Jose Mario Andrade
Registro RNT	19117
Dirección	Calle 17 # 12-44
Municipio	Tunja
Télefono	7401026 - 3152201637
Correo	turismoenboyaca.e@gmail.com
Página web	http://enventour_jr_sas.amawebs.com/
Tipología de planes	Sol y playa, rural
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 10 Ficha técnica Manakin nature

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	MANAKIN NATURE TOURS COLOMBIA
Contacto	Milena Duarte
Registro RNT	21881
Dirección	Carrera 4 Este # 47C-04 Casa 6 Mnz G
Municipio	Tunja
Télefono	7436914 - 3167583083
Correo	info@manakinnaturetours.com
Página web	https://www.manakinnaturetours.com/
Tipología de planes	ecológico, aventura
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 11 Ficha técnica Rokatur

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	ROKATUR LTDA
Contacto	Leonardo Mejía Martínez
Registro RNT	13049
Dirección	Calle 21A # 10-64
Municipio	Tunja
Télefono	7424136 - 3164709078
Correo	informacion@rokatur.com
Página web	http://www.rokatur.com/
Tipología de planes	Sol y playa, ecológico, aventura, arqueológico, cultural, deportivo
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 12 Ficha técnica Yetitours

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO YETITOURS
Contacto	Hector Iván Barreto
Registro RNT	4487
Dirección	Carrera 9 # 17-36 Local 226 C.C 450 Años
Municipio	Tunja
Télefono	7444490 - 3118124666
Correo	yetitour@hotmail.com
Página web	http://www.yetitours.com.co/
Tipología de planes	So y playa, rural, cultural
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 13 Ficha técnica Turismo sin límites

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	TURISMO SIN LIMITES
Contacto	Sandra Linares
Registro RNT	39853
Dirección	AVENIDA UNIVERSITARIA 42A 100
Municipio	Tunja
Télefono	3015438644-3173674835
Correo	operaciones@turismosinlimite.com
Página web	http://www.turismosinlimite.com/
Tipología de planes	Rural, gastronómico, ecológico, sol y playa
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 14 Ficha técnica Boyacá in the world

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	BOYACA IN THE WORLD
Contacto	Fabio Barragàn
Registro RNT	50249
Dirección	CARRERA 2 32 - 49
Municipio	Tunja
Télefono	3202517541
Correo	boyacaw@hotmail.com
Página web	https://www.boyacaintheworld.com/
Tipología de planes	Cultural, ecológico
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Agencias de viaje en Samacá.

En el municipio hay 1 agencia de viaje, la cual tiene Registro Nacional de Turismo, página web y cuya tipología de paquetes turísticos contempla el ecoturismo, en la siguiente tabla se podrá observar su información básica.

Tabla 15 Ficha técnica Cultura, turismo y aventura

FICHA TÉCNICA AGENCIAS DE VIAJE	
Nombre	CULTURA TURISMO Y AVENTURA
Contacto	Gloria Maria Perez
Registro RNT	17071
Dirección	CARRERA 5 3-58
Municipio	Samacá
Télefono	3132730704
Correo	culturaturismoyaventura@hotmail.com
Página web	http://culturaturismoyaventura.com/
Tipología de planes	Sol y playa, ecológico, cultural, religioso, arqueológico
Fecha	01/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Agencias de viaje en Siachoque.

Según la investigación realizada y los datos remitidos por SITUR fue posible constatar que en el municipio no hay agencias de viaje.

Con base en la información reunida y teniendo en cuenta lo parámetros de verificación para las agencias de viaje, tales como el que tengan RNT y página web, así como la importancia de que la tipología en los planes que oferten se relacione con el turismo rural, fue posible filtrar la lista de agencias para determinar las más propicias como operador secundario en la elaboración del producto agroturístico.

Teniendo en cuenta la información consignada en la tabla 16, es posible verificar que de las 8 agencias de viaje que habían cumplido los filtros anteriores, únicamente 6 ofertan planes y productos turísticos que se desarrollan en Tunja, Samacá, Siachoque y sus inmediaciones

Tabla 16 Tipologías emisoras y receptoras en planes

<i>Nombre</i>	<i>Tipología emisora</i>	<i>Tipología receptora</i>
Colombitravel	Sol y playa, aventura, ecológico	Religioso
Eventours	Sol y playa, rural	Ninguna
Manakin nature tours	Ecológico	Ecológico
Rokatur	Sol y playa, ecológico, aventura, deportivo	Arqueológico, cultural, religioso
Yetitours	Sol y playa, rural, cultural	Religioso
Turismo sin limites	Rural, gastronómico, ecológico, sol y playa	Ninguna
Boyacá in the world	Ecológico	Cultural y ecológico
Cultura, turismo y aventura	Sol y playa, cultural	Ecológico, religioso, arquitectónico

Elaboración propia, 2018

En la revisión, también es posible confirmar que solamente las agencias Manakin tours, Boyacá in the world y Cultura, turismo y aventura, incluyen en su portafolio planes relacionados con el ecoturismo y la exploración de la naturaleza, en la página web de Manakin Tours se puede observar que el objetivo de la agencia es principalmente el avistamiento de aves en los diferentes ecosistemas y entornos naturales, mientras que Boyacá in the world contempla planes desarrollados al aire libre, permitiendo prácticas de senderismo y ciclo montañismo, así como caminatas en páramos, por último la agencia Cultura, turismo y aventura está enfocada en los sistemas hídricos tales como represas, lagos y lagunas en las inmediaciones de Samacá.

7.2.2.2 Restaurantes.

Restaurantes en Tunja.

En Tunja hay 79 restaurantes confirmados por la Alcaldía municipal, de los cuales 8 tienen Registro Nacional de Turismo; sin embargo, en una revisión de sus páginas web y tras llamar para confirmar con los encargados de los establecimientos, se determinó que sus platos no representan la gastronomía típica de la región, mientras que hay restaurantes que sin tener RNT manifiestan la identidad del municipio por medio de platos típicos y preparados con ingredientes propios de Tunja y sus alrededores.

En las siguientes fichas se especificarán los datos básicos de los restaurantes que sirven comida típica boyacense y tunjana.

Tabla 17 Ficha técnica Mamá grande

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES

	Nombre	Mamá grande restaurante
	Contacto	Jhon Montaña
	Registro RNT	No
	Dirección	Av oriental No. 9 67
	Télefono	7423372
	Página web/ correo	gulaylujuriatunja@hotmail.com
	Tipo de platos	Tipicos
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018. Fuente www.dondemama.com

Tabla 18 Ficha técnica Pila del mono

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES

	Nombre	Restaurante pila del mono
	Contacto	Wilson Velasco
	Registro RNT	No
	Dirección	Calle 20 No. 8-19
	Télefono	7444750 - 3108810407
	Página web	www.restaurantepiladelmono.com
	Tipo de platos	Tipicos e internacionales
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 19 Ficha técnica El palacio de la gallina

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES

	Nombre	El palacio de la gallina
	Contacto	Esteban Blanco
	Registro RNT	No
	Dirección	Calle 25a No. 7-04
	Télefono	3164521149
	Página web/correo	No
	Tipo de platos	Tipicos y piquete
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018. Fuente: www.elpalaciodelagallina

Tabla 20 Ficha técnica la Terraza

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES		
	Nombre	Restaurante la terraza
	Contacto	Yaneth Casas
	Registro RNT	No
	Dirección	Av Norte No. 58-46
	Télefono	7442414 - 3005703972
	Página web/correo	laterrazatunja@yahoo.com
	Tipo de platos	Típica, Criolla e internacional
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 21 Ficha técnica El Maizal

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES		
	Nombre	El maizal
	Contacto	Blanca Fonseca
	Registro RNT	No
	Dirección	Cra. 9 No. 20 -30
	Télefono	7425876
	Página web/correo	No
	Tipo de platos	Tipicos, carnes y pescados
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia 2018,

Tabla 22 Ficha técnica la casona del prado

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES		
	Nombre	Restaurante la casona del prado
	Contacto	Jonathan Vargas
	Registro RNT	No
	Dirección	Cra. 6 No. 64. 140
	Télefono	3204081638
	Página web/correo	lacasonatunja@gmail.com
	Tipo de platos	Sopas típicas, carnes
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia. 2018

Tabla 23 Ficha técnica tierra buena

FICHA TÉCNICA RESTAURANTES		
	Nombre	Restaurante tierra buena
	Contacto	Martha Sandoval
	Registro RNT	No
	Dirección	Doble calzada pargua 5i -55
	Teléfono	3158724465
	Página web/correo	No
	Tipo de platos	Típica
	Fecha	02/04/2018
	Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Restaurantes en Samacá.

En el municipio de Samacá hay 2 Panaderías que funcionan a su vez como restaurantes, en el menú no se incluyen platos típicos siendo que funcionan bajo la modalidad de almuerzos del día.

Restaurantes en Siachoque.

En Siachoque, hay 1 restaurante – panadería, los platos que se sirven funcionan bajo la modalidad de almuerzos con menú ejecutivo.

Teniendo en cuenta la poca oferta gastronómica que se encuentra en Samacá y Siachoque, el siguiente análisis se remontará únicamente a los establecimientos de restauración que se encuentran en Tunja cuya oferta incluye platos de identidad Boyacense propia de la región.

Se evaluaron factores de accesibilidad, estado de la fachada, estado de mesas, sillas y accesorios y la capacidad máxima de comensales en cada establecimiento, con lo cual es posible puntuar cada uno de los restaurantes y sobre esta información delimitar los más apropiados para la inclusión en el producto turístico tal como se observa en la tabla 24.

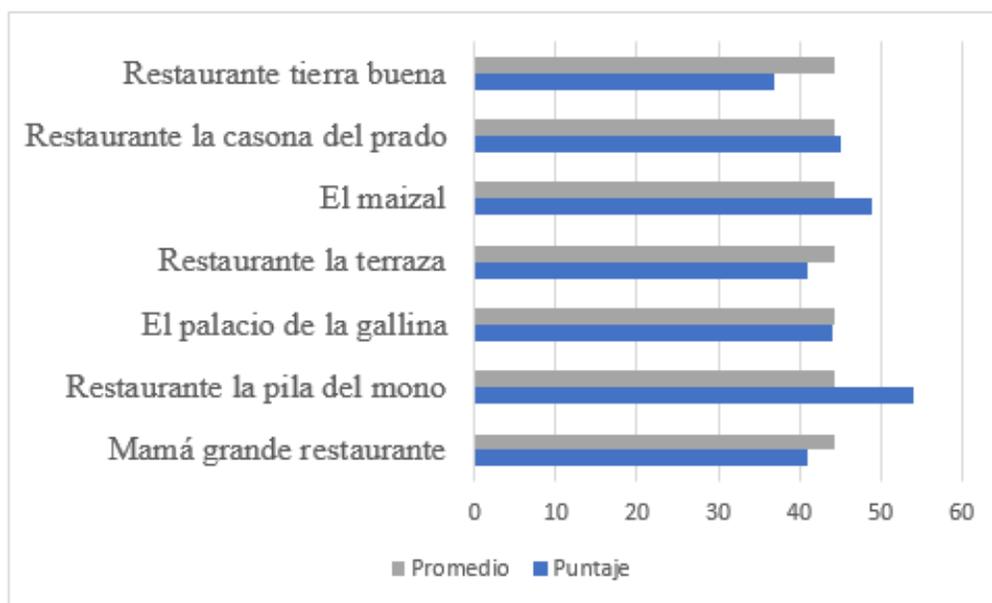
Tabla 24 Puntuación restaurantes

<i>Restaurante</i>	<i>Puntaje</i>
Mamá grande restaurante	41
Restaurante la pila del mono	54
El palacio de la gallina	44
Restaurante la terraza	41
El maizal	49
Restaurante la casona del prado	45
Restaurante tierra buena	37

Elaboración propia, 2018

En la gráfica 9, se observa que los restaurantes La casona del prado, El maizal y La pila del mono, superan la media general establecida, adicionalmente en las fichas técnicas de cada uno se especifica que se ubican en el caso urbano de Tunja

Gráfica 9 Comparación entre puntaje y promedio de restaurantes en Tunja



Elaboración propia, 2018

7.2.2.3 Transporte.

Empresas de transporte terrestre en Tunja.

En el municipio hay 4 empresas dedicadas al transporte terrestre, todas con Registro Nacional de Turismo activo, a continuación, se presentará la información básica de cada una.

Tabla 25 Ficha técnica Transportes los muiscas

FICHA TÉCNICA EMPRESAS DE TRANSPORTE	
Nombre	E.D.S TRANSPORTES LOS MUISCAS S.A
Contacto	Nixon Rincón Velandia
Registro RNT	13896
Dirección	Cra. 11 No. 11-93
Télefono	7425879
Correo	tmcarga@hotmail.com
Página web	www.translosmuiscastunja.blogspot.com.co
Flota transporte pasajeros	207
Constitución	23/03/1983
Fecha	04/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 26 Ficha técnica Transporte Traescoop

FICHA TÉCNICA EMPRESAS DE TRANSPORTE	
Nombre	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE TRANSPORTE ESPECIAL Y TURISMO TRAESCOOP TUNJA
Contacto	Abel Antonio Salas
Registro RNT	24185
Dirección	Cll 13 No.14-04
Télefono	7407204
Correo	traescoop3@hotmail.com
Página web	No tienen
Flota transporte pasajeros	47
Constitución	01/05/2000
Fecha	04/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 27 Ficha técnica Transporte Elitur

FICHA TÉCNICA EMPRESAS DE TRANSPORTE	
Nombre	ELITUR
Contacto	Julian Guillermo Gamba
Registro RNT	43377
Dirección	Cra. 11 No. 3 114
Télefono	7444418
Correo	elitur.sas@hotmail.com
Página web	No tienen
Flota transporte pasajeros	4
Constitución	12/04/2011
Fecha	04/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Tabla 28 Ficha técnica Transporte Escoltur

FICHA TÉCNICA EMPRESAS DE TRANSPORTE	
Nombre	ESCOLTUR
Contacto	Carlos Leonardo Gamba
Registro RNT	51114
Dirección	Cra. 12a No. 2a 44
Télefono	7428283
Correo	escoltur.ltda@gmail.com
Página web	http://www.lineasescotur.com
Flota transporte pasajeros	85
Constitución	31/01/1997
Fecha	04/04/2018
Elaborado por	Geraldine Torres

Elaboración propia, 2018

Empresas de transporte terrestre en Samacá.

En Samacá no hay empresas dedicadas al transporte de pasajeros

Empresas de transporte terrestre en Siachoque.

En Siachoque no existen empresas cuyo objeto social se enfoque en el transporte terrestre de pasajeros

Análisis empresas de transporte terrestre

Teniendo en cuenta que el objeto social de las empresas antes mencionadas abarca el transporte de pasajeros terrestres; a continuación, se verificarán factores relacionados con el tipo de transporte de pasajeros que brinda cada empresa y la cantidad de vehículos que tienen suscritos.

Con base en la tabla 29, es posible establecer que la empresa Transportes los Muiscas no presta sus servicios para el transporte dedicado a la actividad turística, su flota está destinada al transporte público de pasajeros con rutas de Bogotá a Boyacá y de Tunja a varios municipios del departamento y una proporción de sus vehículos sirven como transporte de carga pesada; Mientras que, las empresas Traescoop, y Escoltur tienen un enfoque mixto si bien tienen operaciones que involucran el transporte público principalmente interno en el departamento de Boyacá, también tiene vehículos cuyo objeto es el transporte turístico, de las 4 empresas únicamente Elitur se dedica netamente al turismo.

Tabla 29 Tipo de transporte por empresa

<i>EMPRESA</i>	<i>TIPO TRANSPORTE</i>
Transportes los Muiscas	Público - Carga
Traescoop	Público - Turístico
Elitur	Turístico
Escoltur	Público - Turístico

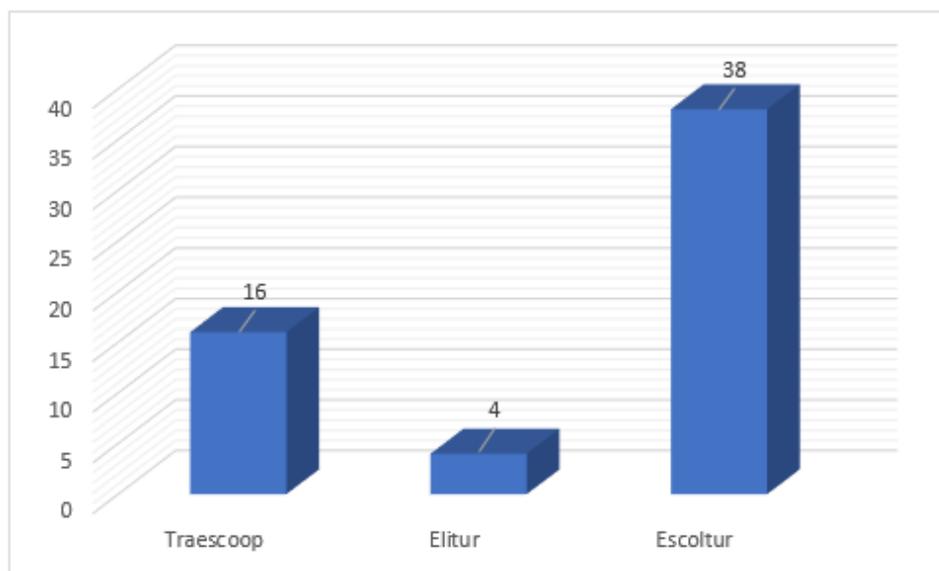
Elaboración propia, 2018

Dado el tipo de transporte que prestan las diferentes empresas de Tunja, es posible afirmar que Transportes los Muiscas por el enfoque de su objeto social no es propicio para ser incluido en la conformación del producto agroturístico.

En la gráfica 10 es posible observar que la empresa Escoltur es la que mayor cantidad de vehículos tiene dedicados al transporte turístico, en una revisión de las fichas técnicas que contiene su información básica, se verifica que es la empresa con mayor tiempo en el mercado, la

flota más grande incluyendo los vehículos dedicados al transporte de pasajeros y la única que tiene página web de las 3 empresas que prestan servicios turísticos.

Gráfica 10 Flota turística por empresa



Elaboración propia, 2018

Teniendo en cuenta lo anterior, se establece que dada su permanencia en el mercado y la cantidad de vehículos que tienen disponibles para el transporte turístico Escoltur, es la empresa con mejores capacidades para hacer frente al producto que se está estableciendo.

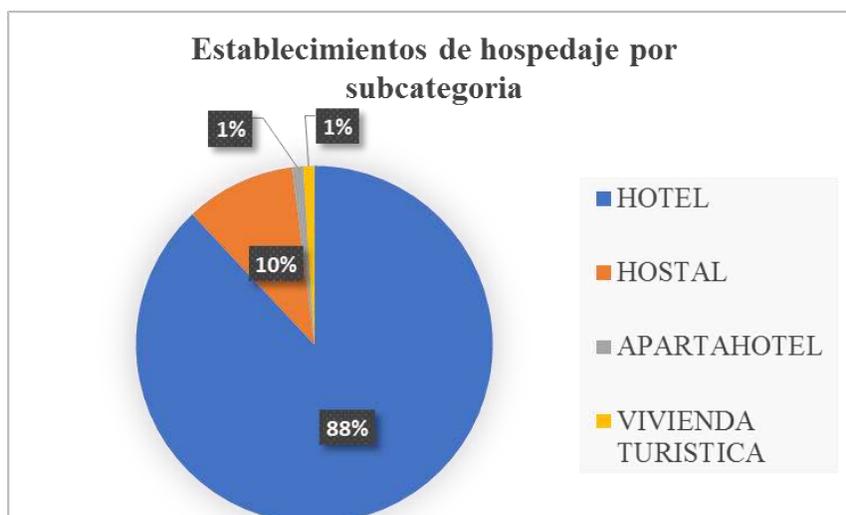
7.2.2.4 Hospedaje

Hoteles ubicados en Tunja

En el municipio hay 73 establecimientos de hospedaje con Registro Nacional de Turismo activo, a continuación, se clasificarán en las subcategorías correspondientes.

La gráfica 11, permite establecer que, de la totalidad de las empresas dedicadas al hospedaje, los más representativos con el 88% son los hoteles que equivalen a 64 establecimientos, seguido por los 7 hostales que hay, con una representación del 10%, también se puede confirmar que hay un apartahotel y una vivienda turística en Tunja.

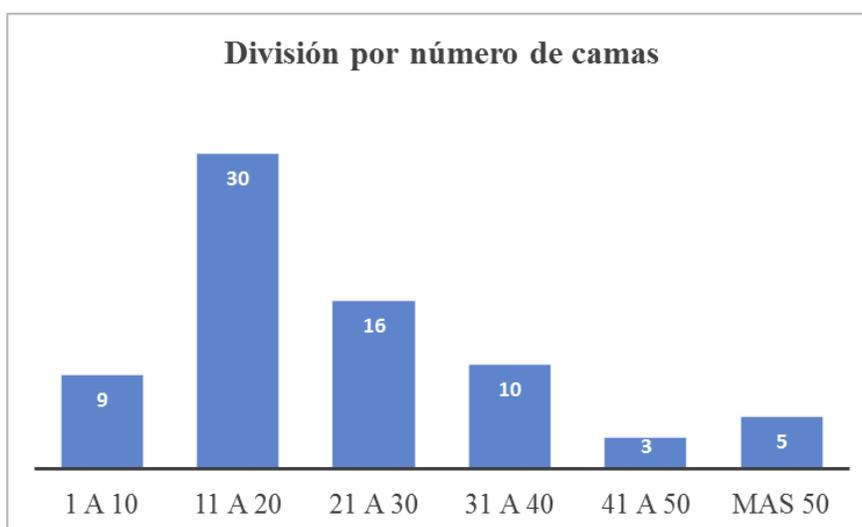
Gráfica 11 Porcentaje de establecimientos de hospedaje por subcategoría



Elaboración propia, 2018

Según la gráfica 12, es posible determinar que la mayor cantidad de establecimientos hoteleros en Tunja tienen un rango de número de camas entre 11 a 20, mientras que solo 5 hoteles tienen una oferta de más de 50 camas.

Gráfica 12 División por número de camas de los establecimientos de hospedaje



Elaboración propia, 2018

Dada la tipología turística que se está manejando, el hospedaje en hoteles o establecimientos ubicados en el casco urbano de Tunja no se contempla como una primera opción; sin embargo,

es una alternativa en caso de que la demanda del producto no pueda suplirse con los hospedajes rurales.

Fincas ubicadas en Samacá.

En el municipio no hay hoteles, ni establecimientos de alojamiento, por lo cual y con base en la elaboración del producto agroturístico, se tuvieron en cuenta las fincas agricultoras que por sus condiciones, capacidades y características pueden hacer parte de la oferta de alojamiento.

En las 12 veredas que componen al municipio de Samacá es posible encontrar diversidad de fincas y terrenos en los cuales se cultivan varios productos que componen la canasta familiar Boyacense, siendo las veredas Ruchical, Churuvita y Tibaquirá en donde mayor concentración de fincas agricultoras hay, de la totalidad de predios se tomaron 6 fincas en las cuales los propietarios confirmaron su interés en hacer parte del producto agroturístico.

El detalle de la información básica de cada una de las fincas se brinda por medio de fichas técnicas. Dado que no todas las fincas tienen nombre se tomará el del propietario para explicar cualquier información sobre ellas.

Tabla 30 Ficha técnica finca agrícola de Miguel Betancourt

<i>FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS</i>		
	Nombre	N/A
	Propietario	Miguel Betancourt
	Municipio	Samacá
	Vereda	Ruchical
	Cultivos agrícolas	Papa, cebolla y arveja
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	5
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	29/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

Tabla 31 Ficha técnica finca agrícola de Gilberto Gil

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	N/A
	Propietario	Gilberto Gil
	Municipio	Samacá
	Vereda	Rincon Santo
	Cultivos agrícolas	Papa, cebolla y remolacha
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	SI
	Servicio Energía	SI
	Servicio Gas	Gas Natural
	No. De Habitaciones	6
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	29/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

Tabla 32 Ficha técnica finca agrícola de María Teresa Montañez

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	N/A
	Propietario	María Tereza Montañez
	Municipio	Samacá
	Vereda	Churuvita
	Cultivos agrícolas	Papa, maíz y cebolla
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	7
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	29/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

Tabla 33 Ficha técnica finca agrícola de Roberto Castiblanco

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	El Triangulo
	Propietario	Roberto Castiblanco
	Municipio	Samacá
	Vereda	Churuvita
	Cultivos agrícolas	Cebolla y papa
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	6
Zona de camping	Zona para adecuar	
Fecha	29/03/2018	
Elaborado por	Catherine Reyes	

Elaboración propia, 2018

Tabla 34 Ficha técnica finca agrícola de Carlos Acosta

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	El Triangulo II
	Propietario	Carlos Acosta
	Municipio	Samacá
	Vereda	Churuvita
	Cultivos agrícolas	Cebolla, papa y remolacha
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	5
Zona de camping	Zona para adecuar	
Fecha	29/03/2018	
Elaborado por	Catherine Reyes	

Elaboración propia, 2018

Tabla 35 Ficha técnica finca agrícola de Juan Gil

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	N/A
	Propietario	Juan Gil
	Municipio	Samacá
	Vereda	Tibaquirá
	Cultivos agrícolas	Papa y arveja
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	5
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	29/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

Fincas ubicadas en Siachoque.

En el municipio hay un agro hotel; sin embargo, al realizar la revisión pertinente se identificó que no tiene RNT, adicionalmente en términos de accesibilidad, los caminos no están pavimentados y el camino que llega hasta el establecimiento es muy irregular impidiendo el paso de vehículos pequeños y dificultando el ingreso de motos, también fue posible establecer que cuenta con una capacidad máxima de 15 personas y solamente funciona bajo la modalidad de reservas, dado que se deben acondicionar las áreas ya que normalmente no está el personal de servicio en el hotel. Teniendo en cuenta la información recogida anteriormente y viendo las dificultades para lograr la estadía en la propiedad, se describirán las fincas que por sus cualidades podrían tornarse en alojamientos turísticos.

Por medio de una entrevista no estructurada se identificaron las fincas cuyas cualidades por su capacidad agrícola y de alojamiento pueden permitir el desarrollo agroturístico

En una entrevista realizada a Maritza Martínez confirmó lo siguiente: ¹Las fincas con mejores equipamientos agrónomos y mejores desarrollos agrícolas se ubican en Cormechoque bajo los propietarios son Julio Moreno, José Martínez y José Adolfo Pardo y por la vereda la Juruvita se encuentra la finca de Miryam Hernández, esa además es más grande.

Adicionalmente las fincas cuyos propietarios son el señor Ausberto Monroy y Gregorio Sánchez fueron recomendadas por parte de los agricultores de Siachoque bajo.

Por medio de fichas técnicas de cada finca, se brindarán los datos básicos y serán identificadas por el nombre de su propietario toda vez que algunas no tienen nombre.

Tabla 36 Ficha técnica finca agrícola de Ausberto Monroy

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	Hacienda la Ramada
	Propietario	Ausberto Monroy
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Siachoque Bajo
	Cultivos agrícolas	Papa y Cebolla
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	6
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	28/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

¹ Entrevista no estructurada realizada a ingeniera Agrónoma de la alcaldía de Siachoque.

Tabla 37 Ficha técnica finca agrícola de Julio Moreno

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
 	Nombre	El Llano
	Propietario	Julio Moreno Castelblanco
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Cormechoque Abajo
	Cultivos agrícolas	Papa, cebada, cebolla, maíz y arveja
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	6
Zona de camping	Zona para adecuar	
Fecha	28/03/2018	
Elaborado por	Catherine Reyes	

Fuente: Elaboración propia, 2018

Tabla 38 Ficha técnica finca agrícola de José Martínez

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
 	Nombre	N/A
	Propietario	José Felipe Martínez
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Cormechoque Abajo
	Cultivos agrícolas	Papa
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	6
Zona de camping	Zona para adecuar	
Fecha	28/03/2018	
Elaborado por	Catherine Reyes	

Elaboración propia, 2018

Tabla 39 Ficha técnica finca agrícola de Gregorio Sánchez

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	Santa Ana
	Propietario	Gregorio Sanchez
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Cormechoque Abajo
	Cultivos agrícolas	Papa, maíz y arveja
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	4
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	28/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

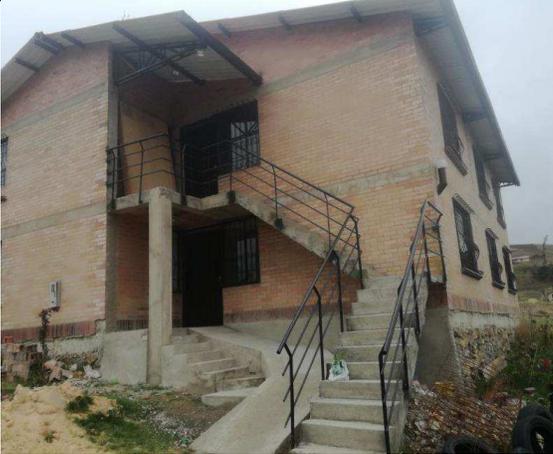
Elaboración propia, 2018

Tabla 40 Ficha técnica finca agrícola de José Pardo

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	N/A
	Propietario	José Adolfo Pardo
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Cormechoque Abajo
	Cultivos agrícolas	Papa y cebolla
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Cocinan con gas de pipeta y leña
	No. De Habitaciones	5
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	28/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

Tabla 41 Ficha técnica finca agrícola de Miryam Hernández

FICHA TÉCNICA FINCAS AGRÍCOLAS		
	Nombre	La Alborada
	Propietario	Miryam Hernandez
	Municipio	Siachoque
	Vereda	Juruvita
	Cultivos agrícolas	Papa y Maíz
	Registro RNT	N/A
	Servicio Acueducto	Si
	Servicio Energía	Si
	Servicio Gas	Gas Natural
	No. De Habitaciones	8
	Zona de camping	Zona para adecuar
	Fecha	28/03/2018
	Elaborado por	Catherine Reyes

Elaboración propia, 2018

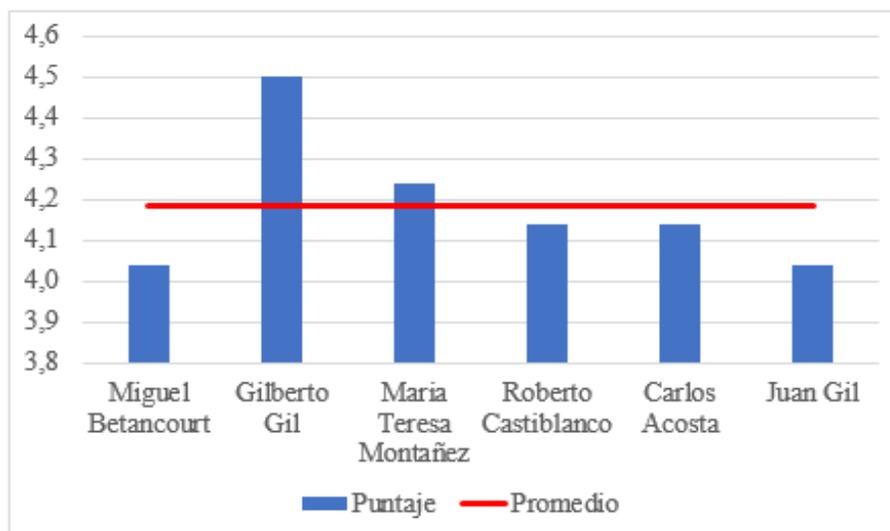
Análisis Alojamiento Tunja, Samacá y Siachoque.

Para la evaluación de las fincas se midieron 5 variables, la fachada, la capacidad de alojamiento, la accesibilidad, la infraestructura con base en servicios públicos y el uso de herramientas aptas para el cultivo y recolección.

Las fincas se evaluaron por municipio, teniendo en cuenta que en Samacá hay un mayor desarrollo en temas de infraestructura.

Como se evidencia en la gráfica 13, de las 6 fincas evaluadas únicamente 2 superan la media establecida en los puntajes que miden las características ya mencionadas, ubicadas en las veredas de Rincón santo y Churuvita, las fincas del señor Gilberto Gil y la señora María Teresa Montañez, cuentan con servicios públicos, vías de acceso y fachada en buen estado.

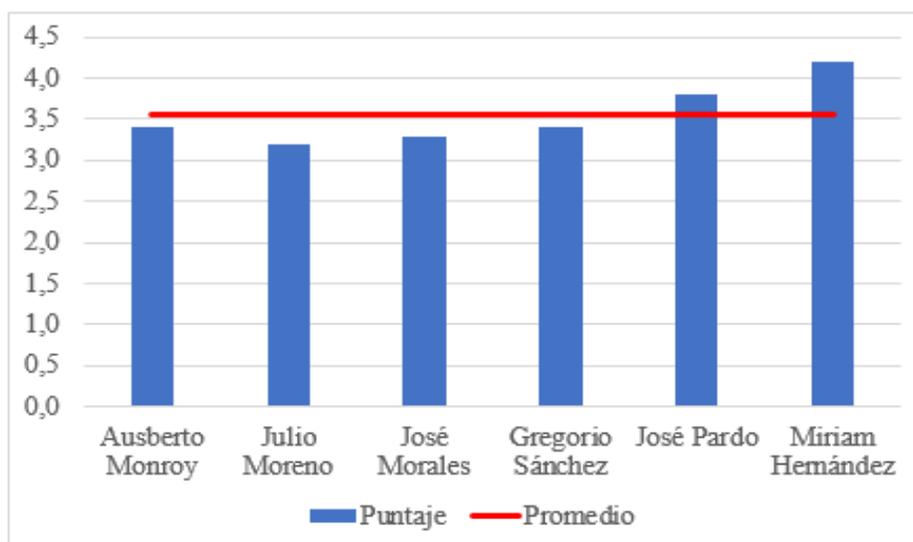
Gráfica 13 Comparación puntaje y promedio general fincas Samacá



Elaboración propia, 2018

La gráfica 14 permite observar que 2 de las 6 fincas revisadas en el municipio, superan el promedio, el predio ubicado en Cormechoque bajo del señor José Pardo y de la vereda la Juruvita la finca que es propiedad de la señora Miryam Hernández.

Gráfica 14 Comparación puntaje y promedio general fincas Siachoque



Elaboración propia, 2018

En Siachoque las fincas son más rudimentarias y su capacidad de alojamiento es menor, por lo tanto, la media general es inferior a la obtenida en Samacá, pero en las visitas realizadas se pudo comprobar que los habitantes de Siachoque tienen mayor disposición en términos de actitud para enseñar las labores de cultivo y recolección de los productos agrícolas que siembran en sus tierras; con base en esto, el hospedaje teniendo en cuenta las puntuaciones es más factible que se realice en Samacá y la enseñanza que va intrínseca en el producto agroturístico por el servicio y hospitalidad de los agricultores se impartiría en Siachoque.

En el caso de Tunja, se evidenció que cuentan con una oferta de alojamiento enfocada en Hoteles; sin embargo, dado que el producto es agroturístico se busca que se desarrolle en el campo o al aire libre, motivo por el cual estos hoteles ubicados en la zona urbana del municipio tunjano no se incluyen, pero se tienen en consideración como una alternativa en caso de que la demanda supere la capacidad de Samacá y Siachoque.

7.3 Demanda turística

Tal como se mencionó al inicio del capítulo, el diagnóstico se compone del análisis de varios factores, entre ellos la demanda turista en la cual se especifican las cifras de turistas que han ingresado tanto a nivel nacional como regional, es de tener en cuenta que Boyacá no tiene la información por municipios sino departamental, motivo por el cual los siguientes datos serán el reflejo del departamento no de los municipios que componen el producto agroturístico

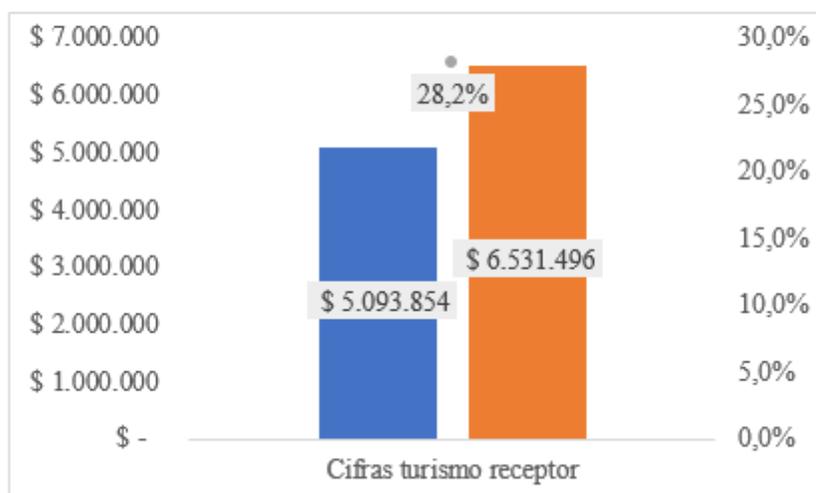
7.3.1 Estadísticas nacionales.

Las cifras de turismo receptor para el año 2017 fueron de 6.531.496, teniendo en cuenta la información consignada en la página del Viceministerio de turismo.

En la gráfica 15, se confirma que la cantidad de turistas de 2016 a 2017 incrementó un 28,2%, pasando de 5.093.854 turistas a 6.531.496, lo que indica un alza en el renglón económico del turismo en Colombia.

Gráfica 15 Comparación cifras turismo receptor 2016 – 2017

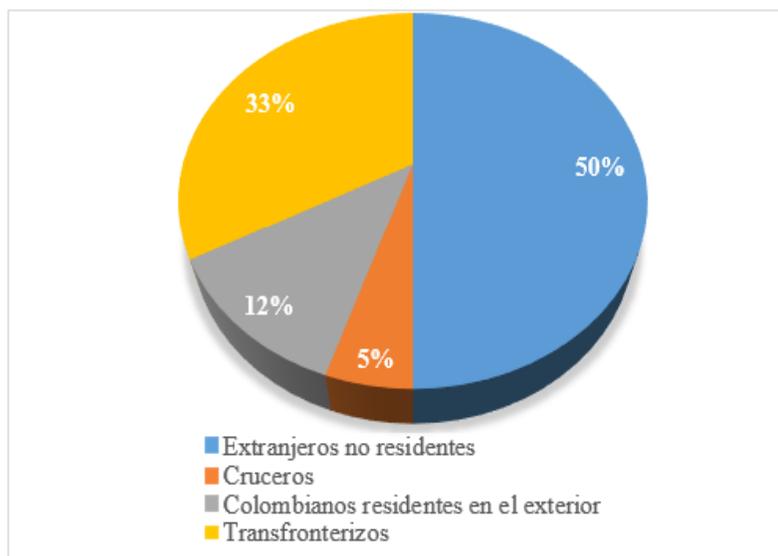
CONCEPTO	2016	2017	VARIACIÓN
Cifras turismo receptor	\$ 5.093.854	\$ 6.531.496	28,2%



Elaboración propia, 2018: Fuente Viceministerio de turismo, cifras de turismo receptor nacional 2017

Tal como se evidencia en la gráfica 16, de la totalidad de turistas registrados en 2017 en Colombia, el 50% lo que equivale aproximadamente a 3.265.748 turistas, fueron extranjeros no residentes, mientras que los transfronterizos representan el 33%, seguido por los colombianos residentes en el exterior con un 12% y finalmente con los cruceros internacionales con un 5%.

Gráfica 16 División por categoría de turismo receptor 2017



Elaboración propia, 2018: Fuente Viceministerio de turismo, cifras de turismo receptor nacional 2017

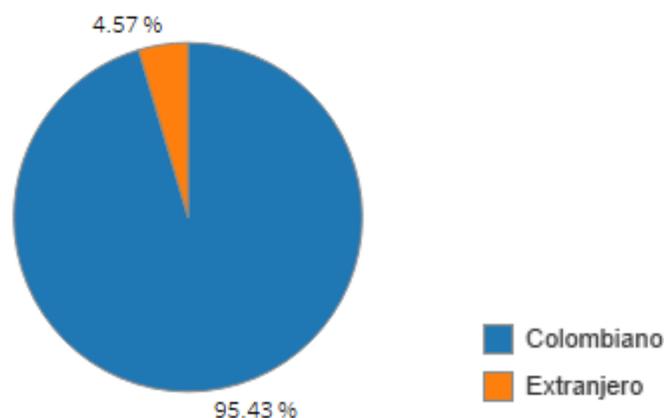
Las imágenes anteriores permiten corroborar que el turismo es un sector que está en constante crecimiento en Colombia, lo cual ha permitido que se posicione como el segundo renglón en la economía con mayores ingresos de divisas según información confirmada por el Viceministerio de turismo; sin embargo, también es de tener en cuenta que la categoría transfronterizos contempla a los habitantes de Venezuela que por temas político-económicos se han establecido en Colombia.

7.3.2 Estadísticas regionales.

Según el Sistema de información turística de Boyacá (SITUR) al departamento en 2017 ingresaron 2.158.374 turistas, es de aclarar que no cuentan con la información detallada por municipio y los datos son netamente departamentales

Tal como se observa en la imagen 17, es posible determinar que de los 2.158.374 turistas que ingresaron a Boyacá en 2017, el 95,43% correspondientes a 2.059.736 fueron personas de nacionalidad colombiana y el restante 4,57% equivalente a 98.638 turistas provenían del exterior.

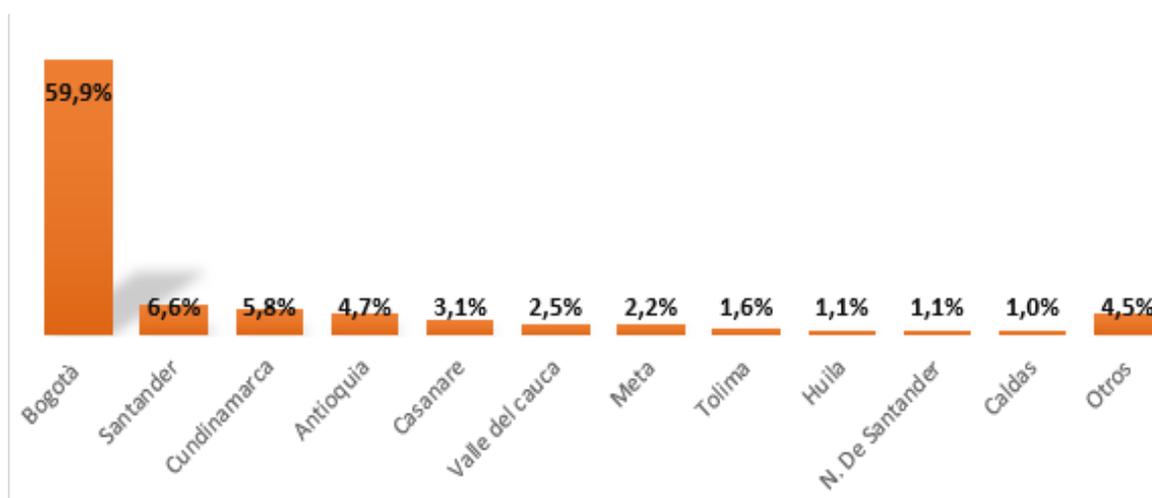
Gráfica 17 Participación turistas colombianos y extranjeros



Fuente: Sistema de información turística de Boyacá (SITUR), estadísticas turismo receptor 2017

En la gráfica 18, se establece porcentualmente los departamentos de residencia de donde provienen los 2.059.736 turistas colombianos que ingresaron a Boyacá.

Gráfica 18 Porcentaje de turistas colombianos por departamento de residencia

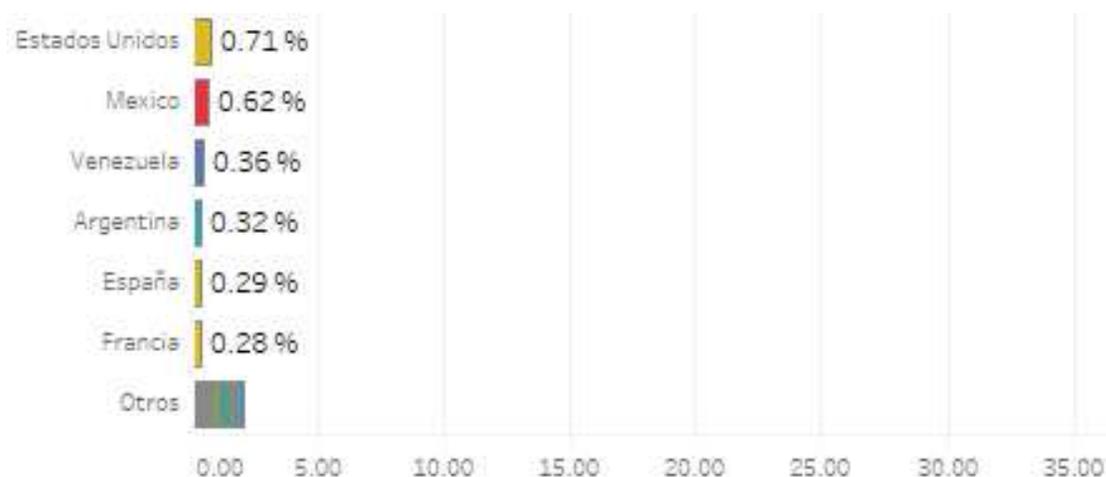


Elaboración propia, 2018 Fuente: Sistema de información turística de Boyacá (SITUR), estadísticas turismo receptor 2017.

Siendo Bogotá con el 59.85% la principal ciudad de residencia de los turistas, seguido por Santander con un 6.61% y Cundinamarca con un 5.78%. Con base a la información anterior, es posible confirmar que el principal mercado objetivo de Boyacá es la capital del país.

En la gráfica 19, se especifica el país de residencia de los turistas que conforman ese 4.57% de los turistas extranjeros que visitan el departamento de Boyacá en 2017, siendo Estados Unidos el principal país del que provienen con un 0.71%, seguido por México con el 0,62% y Venezuela con un 0,36%.

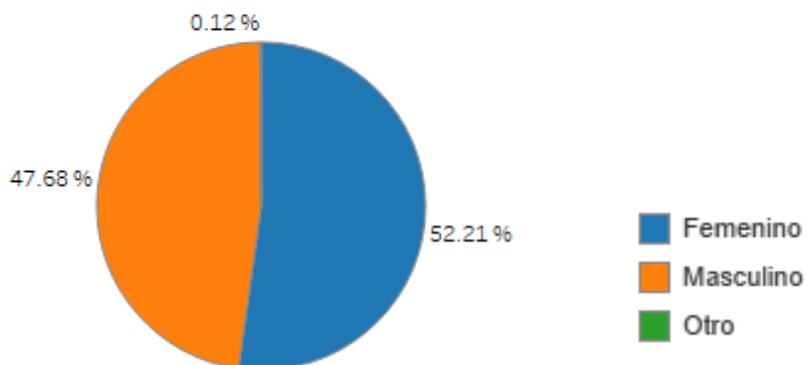
Gráfica 19 Porcentaje de turistas extranjeros por país de residencia



Fuente: Sistema de información turística de Boyacá (SITUR), estadísticas turismo receptor 2017.

Tal como se evidencia en la gráfica 20, de la totalidad de turistas que ingresaron a Boyacá en 2017 el 52,21% fueron de género femenino y el 47,68% masculino, siendo el restante 0,12% personas pertenecientes a la comunidad LGTBI.

Gráfica 20 División porcentual por genero



Fuente: Sistema de información turística de Boyacá (SITUR), estadísticas turismo receptor 2017.

7.4 DOFA de las potencialidades agroturísticas de Tunja, Samacá y Siachoque

Teniendo en cuenta el análisis realizado del inventario agroturístico, los prestadores de servicios turísticos de Tunja, Samacá y Siachoque, la demanda nacional y regional de Boyacá, así como la información consignada en los marcos, en la tabla 42 se realizó una DOFA que permite establecer de manera clara la situación de los municipios que integran el producto turístico.

Tabla 42 DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. Los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque tienen 22 atractivos agroturísticos, de los cuales 11 están por encima de la media establecida, cuyas características les permiten generar impactos positivos en el turismo de cada municipio y una oferta variada alrededor del turismo de naturaleza</p> <p>2. Se observa que en el destino hay una oferta de turismo rural por parte de 2 de las 35 agencias de viaje que hay en Tunja y Samacá, esto teniendo en cuenta que se ofrecen paquetes vacacionales de turismo de naturaleza, lo cual con base en los datos establecidos en el marco teórico puede conllevar a incentivar el turismo rural</p> <p>3. Se cuenta con el servicio de movilización para los turistas, teniendo en cuenta que hay 3 empresas de transporte, con una flota total dedicada al turismo de 58 vehículos</p> <p>4. Tunja tiene 79 restaurantes de los cuales 8 incluyen en su menú comida típica de la región, creando una oferta que por cualidades promueve el agroturismo en el municipio</p> <p>5. En el análisis de las fincas, se identificó que los propietarios están interesados en promoverlas como espacios agroturísticos y también muestran interés en dar a conocer la gastronomía del departamento</p> <p>6. En Samacá se encontró gran potencialidad en fincas agrícolas para el desarrollo agroturístico, identificándose que cuentan con la infraestructura adecuada y amplias zonas de cultivo de productos que componen la canasta familiar</p>	<p>1. los tiempos de desplazamiento en los municipios de Samacá y Siachoque son extensos debido a que no toda la malla vial está pavimentada</p> <p>2. En Tunja, Samacá y Siachoque se identificó que la planeación turística es muy incipiente, con base en la carencia de información turística municipal, teniendo en cuenta que las cifras de turismo receptor únicamente se encuentran a nivel departamental</p> <p>3. En Samacá y Siachoque no hay oferta de restauración, se encontró que ambos municipios tienen panaderías que funcionan a la vez como restaurantes en caso de ser necesario</p> <p>4. Tunja cuenta con poca variedad de fincas que se dediquen a los cultivos agrícolas, ya que el fuerte de este municipio es el turismo cultural y religioso</p> <p>5. Falta de empresas del sector público o privado, que brinden capacitaciones sobre el manejo turístico en cuestiones de hospedaje, alimentación y términos generales para los campesinos y agricultores</p> <p>6. En Siachoque se identificó que se le da prioridad a las casas ubicadas en las fincas para fines agrícolas y su estado de deterioro dificulta que pueda considerarse como un tipo de alojamiento para turistas</p>

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1. El constante crecimiento que ha tenido el renglón turístico en la economía del país, teniendo en cuenta que en 2017 se presentó un incremento del 28,2% en términos de turismo receptor frente al año inmediatamente anterior y, según las cifras confirmadas en SITUR el 4,57% de los turistas en Boyacá son extranjeros, porcentaje que puede aumentar conforme al crecimiento en cantidad de turistas que ingresen al país a nivel nacional</p> <p>2. El agroturismo en Latinoamérica desde el año 2010 ha ido tomando fuerza, sobre todo por el decrecimiento en los ingresos percibidos de los agricultores, lo que lo llevó a buscar ingresos adicionales y se ha convertido en países como Argentina y Chile en potencialidades turísticas, con base en lo anterior, ya hay prestadores de servicios turísticos en Colombia que están incursionando en la tipología agroturística e incluyéndola en su oferta</p> <p>3. Tanto en Europa como en algunos países Latinoamericanos, se han establecido temas normativos que permiten reglamentar el uso adecuado de las zonas dedicadas al agroturismo, generando políticas enfocadas a preservar al destino como y proteger a la comunidad anfitriona, lo que sirve de base para que en Colombia se tomen las medidas necesarias en términos reglamentarios que permitan el óptimo desarrollo de esta modalidad turística</p> <p>4. Entidades gubernamentales en países Europeos y algunos latinoamericanos como Argentina y Chile, se han encargado de promover el agroturismo como fuente adicional de ingresos de los agricultores, con lo cual capacitan a los encargados de las respectivas fincas sobre temas generales de hospedaje y servicio; así como talleres de manipulación de alimentos por lo incluyente de la gastronomía regional en esta tipología turística, por lo tanto se considera que ya hay un marco de referencia, el cual los entes encargados en Colombia pueden tomar como ejemplo para establecer pautas educativas hacia los campesinos enfocadas en temas turísticos y así mejorar las posibilidades de desarrollo agroturístico en el país</p> <p>5. El Plan de Desarrollo de Boyacá 2016 - 2019 busca impulsar el sector turístico en el Departamento, siendo el turismo de naturaleza sobre el cual se maneja mayor perspectiva, teniendo en cuenta la diversidad de los recursos naturales que tiene Boyacá, se plantean lineamientos para salvaguardar el atractivo y generar por medio de los prestadores de servicios turísticos planes enfocados al disfrute de la naturaleza, lo cual puede incentivar el desarrollo agroturístico por las bases relacionadas con el entorno natural que ambas tipologías comparten</p>	<p>1. A partir de la ZOMAC se generan zonas de desarrollo turístico en torno al postconflicto, por cuya oferta puede disminuir el mercado objetivo del agroturismo</p> <p>2. No hay políticas o lineamientos departamentales estipuladas por los entes encargados del desarrollo turístico o agrícola, que permitan servir de apoyo para el agroturismo</p> <p>3. El creciente número de fincas dedicadas a la práctica agroturística, concentradas en los departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas, siendo hasta abril de 2017 cerca de 24.300, las cuales por su enfoque turístico y sus adelantos en materia de normatividad y capacitación hacia los agricultores, pueden brindar una oferta que disminuya el mercado objetivo para el desarrollo agroturístico en Boyacá</p> <p>4. En Colombia el agroturismo aún no es una tipología turística muy practicada y, teniendo en cuenta que el 95,4% de los turistas en Boyacá son residentes del país, el desconocimiento de esta rama del turismo rural disminuye el mercado potencial al que se enfoca el producto</p> <p>5. El cambio climático provocado por el fenómeno invernadero y el calentamiento global, puede llegar a afectar las cosechas del departamento de Boyacá, como lo indica el Instituto de hidrología, meteorología y estudios ambientales (IDEAM) la agricultura depende del régimen de lluvias y el comportamiento de la temperatura, y los cambios que se vienen presentando pueden generar inundaciones y desplazamientos en los terrenos cultivados, proliferación de plagas, cambios en los ciclos vegetativos de los cultivos, mayor estacionalidad de la producción, entre otros.</p>

En la tabla 43 se pueden observar las estrategias planteadas para solventar tanto las debilidades como las amenazas encontradas en el DOFA

Tabla 43 FODA

		FORTALEZAS		DEBILIDADES
		1 Variedad de la oferta de atractivos turísticos 2 Agencias de viaje con ofertas de turismo rural 3 Mayor oferta que demanda en servicio de 4 Oferta gastronómica que promueve el agroturismo 5 Interés por parte de los agricultores por el agroturismo y la promoción de la gastronomía local 6 Potencialidad para el hospedaje en Samacá		1 Falta de pavimentación en toda la vía 2 La planeación turística municipal es muy incipiente 3 En Samacá y Siachoque no hay oferta de restauración 4 En Tunja hay poca variedad de fincas agrícolas 5 Falta de empresas del sector público o privado, que brinden capacitaciones sobre el manejo turístico a los 6 En Samacá las casas de las fincas está muy deterioradas
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGÍAS FO		ESTRATEGÍAS DO
1	Crecimiento del sector turístico en la economía del país	FO 1 F1,F3;O1 Promoción del agroturismo como fuente de recreación y aprendizaje		DO1 D1,D2;O5 El plan de desarrollo de Boyacá con el fin de promover el incremento en la actividad turística debe incluir la mejora en la accesibilidad y es necesario que la gobernación del departamento coordine con las entidades pertinentes las estrategias de planeación turística
2	Incremento de la práctica agroturística en América Latina	FO 2 F2;O2 Inclusión del desarrollo agroturístico en la planificación turística departamental		DO2 D4,D6;O4 Las entidades del estado encargadas de la promoción turística y el desarrollo agrícola pueden ofrecer incentivos económicos para realización de mejoras de las fincas, con lo cual se busca subir la media en la oferta de hospedaje que se tiene actualmente en Samacá y Tunja
3	Normas y leyes establecidas en Europa y países latinos que sirven como marco referencial para su inclusión en Colombia	FO 3 F1,F5;O3 Estipulación de un marco normativo que delimite y describa a la práctica agroturística, bajo preceptos de sostenibilidad		DO3 D5;O4 En necesario que el Viceministerio de turismo, el ministerio de agricultura y desarrollo local y la alcaldía departamental así como las entidades municipales generen planes de capacitación para los agricultores
4	Capacitaciones e incentivos dados a los agricultores para fomentar el agroturismo, sirven como ejemplo para el desarrollo en el	FO 4 F4,F6;O4 Generar un plan de capacitaciones para los agricultores sobre temas relacionados con el turismo, gastronomía y manipulación de alimentos		
5	Plan de desarrollo de Boyacá 2016-2019 busca impulsar el turismo de naturaleza, lo cual puede incentivar la práctica agroturística	FO 5 F2,F5,F6;O5 El Plan de Desarrollo de Boyacá debe incentivar la práctica del agroturismo, como fuente de ingresos para la comunidad local		
	AMENAZAS	ESTRATEGÍAS FA		ESTRATEGÍAS DA
1	Generación de zonas turísticas a partir de la ZOMAC que pueden abarcar el mercado agroturístico	FA 1 F1,F5,F6;A1,A3,A5 Generar planes de promoción turística que resalten las cualidades de la oferta que tiene Boyacá en términos de atractivos naturales y adecuar los establecimientos de hospedaje agroturísticos para satisfacer los requerimientos de la demanda, aprovechando que cuentan con la infraestructura necesaria, zonas de cultivo y que los propietarios de las fincas tienen interés en iniciar actividades relacionadas con el agroturismo, como una fuente secundaria de	DA1	D1;A1,A3 Para disminuir el riesgo que representa la competencia tanto directa como indirecta es necesario que se mejore la accesibilidad municipal
2	Falta de políticas o leyes departamentales enfocadas al desarrollo agroturístico			D2;A2 Con la generación de un marco legal que reglamente la práctica agroturística, se puede delegar a las alcaldías de los municipios o entidades como SITUR la recolección de información básica sobre el turismo por municipio, desde inventarios turísticos hasta cifras de turismo receptor, con el fin de cuantificar la demanda real para establecer una planeación turística adecuada al
3	Creciente número de fincas enfocadas al agroturismo en el Eje cafetero, pueden brindar una oferta que disminuya el mercado objetivo en Boyacá		DA2	D5;A3 Es necesario que los agricultores de la zona reciban capacitaciones que les permitan ofrecer servicios turísticos como hospedaje y alimentación con un buen nivel de calidad y así se incremente el reconocimiento del agroturismo y Boyacá pueda ser competitivo con el Eje cafetero
4	Desconocimiento del agroturismo por parte de los turistas en Colombia	FA 2	D3	
5	El cambio climático puede generar dificultades en los cultivos, lo que su vez incide en el desarrollo agroturístico			

8 Capítulo II Caracterización del mercado objetivo

8.1 Perfil del cliente

El autor Solomon, (2014) afirma que el perfil del cliente se obtiene mediante la investigación de criterios demográficos, sociológicos y psicológicos de un grupo de personas, para así determinar las características que diferencian a un cliente de un comprador.

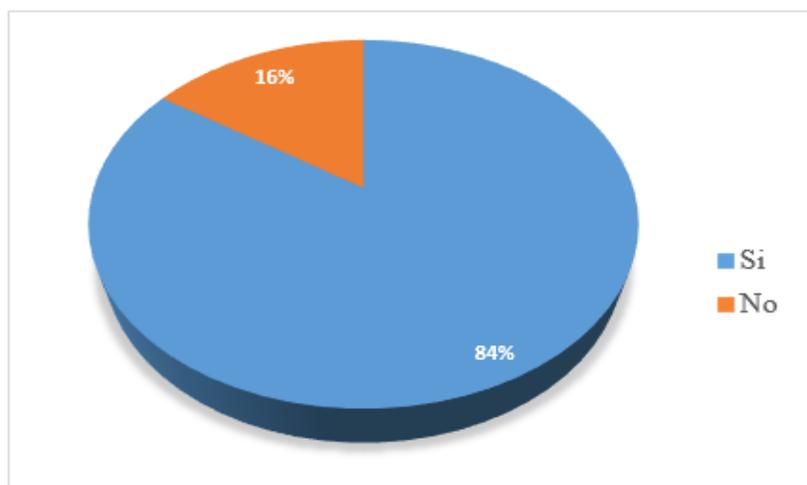
Con base en la definición dada por el señor Solomon y teniendo en cuenta los conceptos registrados en el marco conceptual sobre el perfil del cliente, se presentará la información recolectada por medio de las 384 encuestas realizadas en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, se agruparán las preguntas enfocadas al criterio correspondiente, los cuales son factores demográficos, sociológicos y psicológicos, cada una con el análisis respectivo.

8.1.1 Factores demográficos.

Para iniciar la verificación de los datos que componen este factor, es de aclarar que la cantidad de encuestas que arrojó la muestra fueron 384.

En la gráfica 21 se confirma que, de las 384 personas encuestadas, el 84% manifestaron su interés en la práctica de agroturismo, Por lo cual, las siguientes gráficas contemplarán sólo al porcentaje de personas que evidenciaron interés en el producto agroturístico

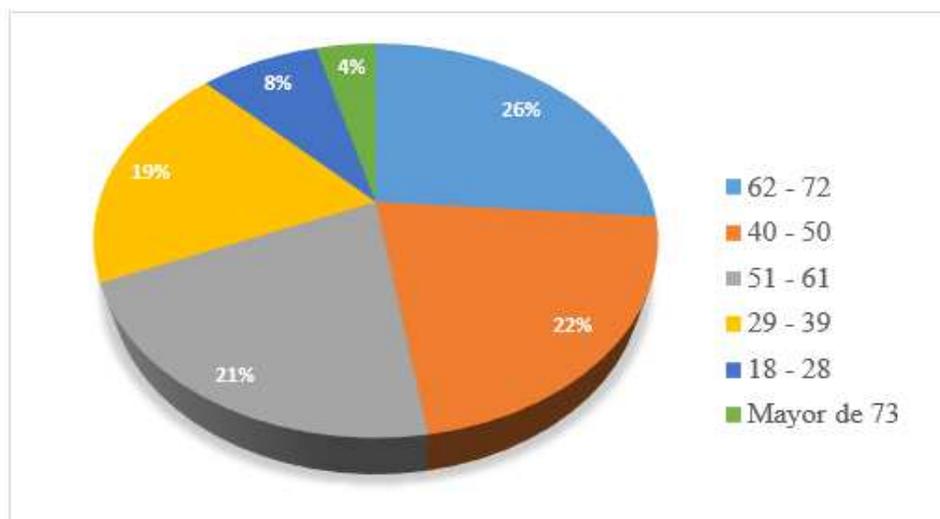
Gráfica 21 Encuestados interesados en el agroturismo



Elaboración propia, 2018

En la gráfica 22 se evidencia qué edad se evidencia mayor interés en la práctica agroturística, siendo las personas con edades entre los 62 a 72 años quienes manifiestan con un 26% equivalente a 83 de los encuestados su aceptación al momento de hacer parte de esta tipología turística, seguido por personas cuyas edades oscilan entre los 40 a 50 años con un 22% y de 52 a 61 correspondientes al 21% del total de encuestados

Gráfica 22 Interés por rango de edades

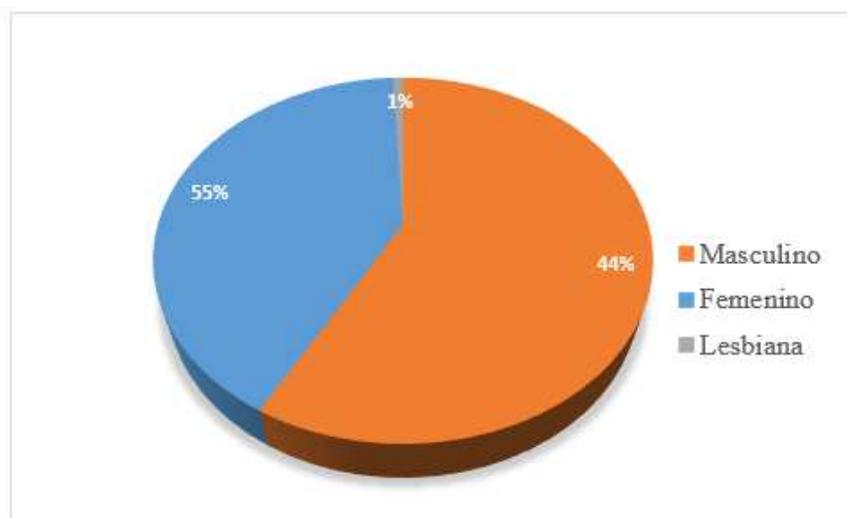


Elaboración propia, 2018

De los 322 encuestados que afirmaron les gustaría practicar agroturismo, el 69% que corresponde a 223 personas tienen un rango de edad de 40 a 72 años, por lo cual es posible confirmar que el producto es más interesante para los turistas de 40 o más años.

Teniendo en cuenta los datos registrados en la gráfica 23, se puede verificar que de la totalidad de los encuestados que manifestaron su gusto por el agroturismo el 55% equivalentes a 177 fueron hombres; mientras que 143 mujeres representaron el 44%

También, 2 personas pertenecientes a la comunidad LGTBI manifestaron su interés en el producto.

Gráfica 23 Interés por género

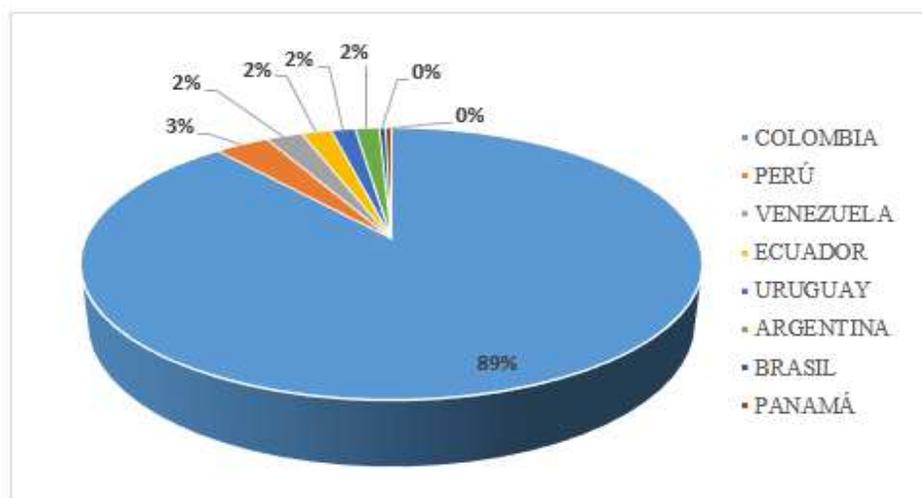
Elaboración propia, 2018

Con base en la información consignada, se puede afirmar que el género masculino evidencia un mayor interés en la práctica agroturismo que el femenino; Sin embargo, la diferencia porcentual es de 9 puntos, lo que en personas es igual a 32, por lo que se asume que el producto agroturístico puede ser ofertado a hombres y mujeres por igual.

En la gráfica 24, se puede observar que, de los 322 encuestados interesados en el agroturismo, 286 correspondientes al 89% son colombianos, cifra a la que le siguen el 3% de turistas peruanos; mientras que los turistas venezolanos y ecuatorianos cada uno representa el 2%

Información que corrobora los datos registrados en SITUR, en los que se asegura que el turismo en Boyacá es principalmente interno.

Gráfica 24 Interés por país de residencia



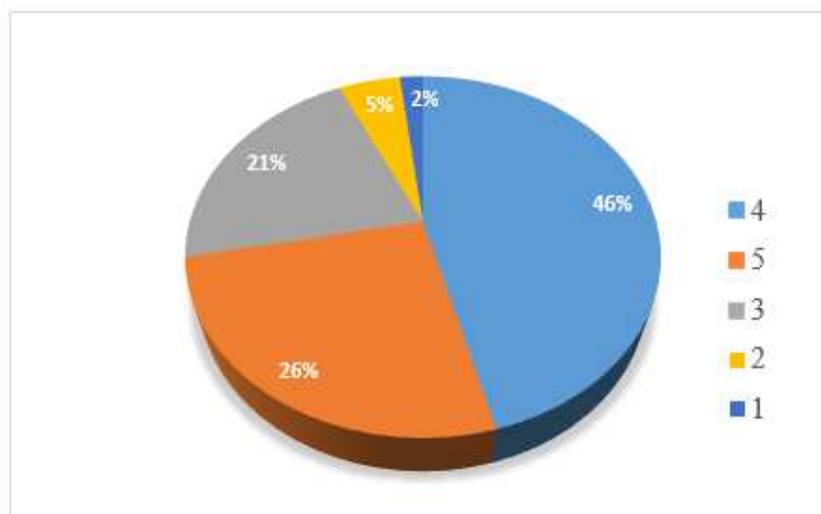
Elaboración propia, 2018

8.1.2 Factores sociológicos.

Estos factores se basan en el estilo de vida de las personas, en sus expectativas y percepciones de a un producto y/o servicio.

Con base en la información reflejada en la gráfica 25, es posible establecer que el 46% de los encuestados dieron una calificación de 4 al departamento de Boyacá, mientras que el 26% de las personas incluso confirmaron que según su experiencia la calificación del departamento era de 5.

Gráfica 25 Calificación a Boyacá como destino turístico

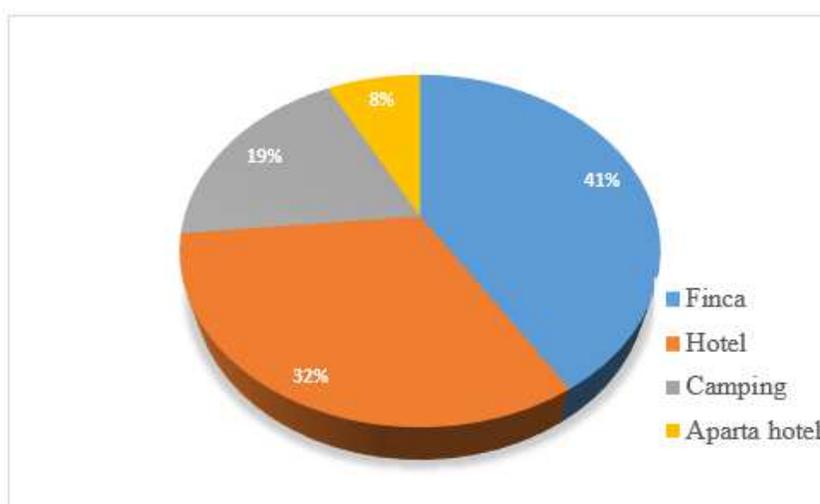


Elaboración propia; 2018

El alto índice de favorabilidad de Boyacá como destino turístico evidenciado por las personas que participaron en la encuesta, es una fortaleza para el desarrollo turístico departamental, esto teniendo en cuenta, que únicamente el 7% de los encuestados dieron calificaciones inferiores a 3.

Tal como se observa en la gráfica 26, en las encuestas realizadas se preguntó el tipo de alojamiento que preferían, los resultados obtenidos confirman que el 41% de los encuestados afirma que prefiere hospedarse en fincas; mientras que el 32% manifiesta su preferencia por los hoteles y el 19% de las personas evidenciaron su gusto por acampar.

Gráfica 26 Preferencia de alojamiento

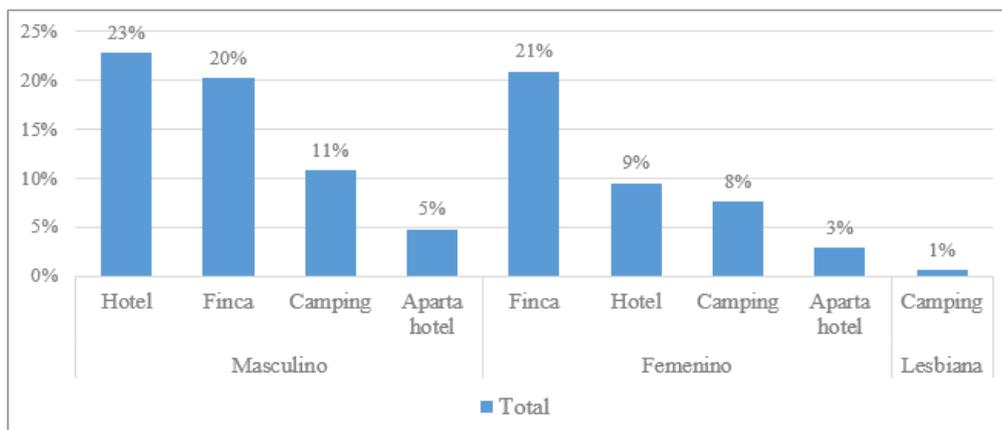


Elaboración propia, 2018

Dado que el agroturismo se desarrolla en zonas rurales, es favorable para el desarrollo de esta tipología turística que el hospedaje elegido por el mayor número de personas sean las fincas, también se considera una ventaja el hecho que de la suma porcentual entre alojamiento en fincas y acampar sea del 60%, ya que el camping por sus características de hospedaje al aire libre, también es una alternativa viable para el producto agroturístico.

En la gráfica 27, es posible establecer que el 23% de los hombres prefiere alojarse en hoteles, mientras que solo el 9% de las mujeres está de acuerdo con este tipo de hospedaje; mientras que en términos de alojamiento en fincas los porcentajes son muy similares, el 20% del género masculino y el 21% del femenino confirman su preferencia por hospedarse en estos sitios.

Gráfica 27 Preferencia de alojamiento según el género

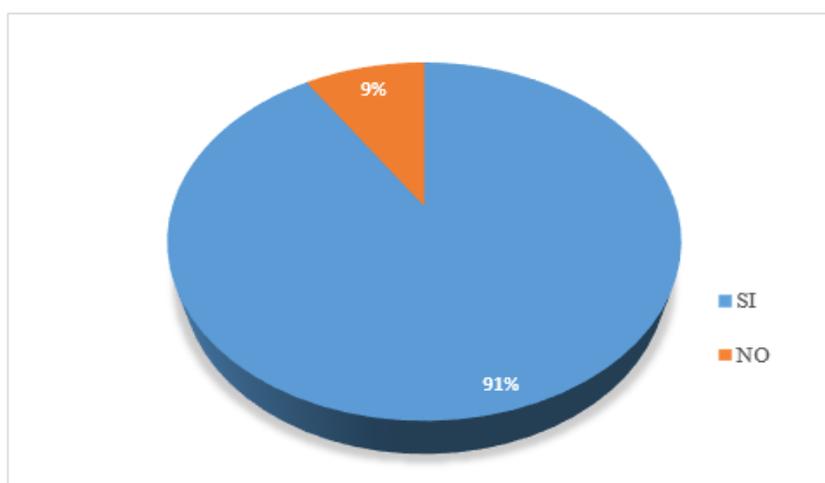


Elaboración propia, 2018

El porcentaje de aceptación para hospedarse en fincas es similar tanto en hombres como en mujeres, lo cual concuerda con la descripción de gusto por participar en productos agroturísticos establecidos por género anteriormente,

Se les preguntó a los encuestados si les gustaría disfrutar de una experiencia gastronómica, en donde la alimentación se brindaría en fincas con alimentos propios de la región y comidas típicas y tal como se describe en la gráfica 28, del total de las personas que participaron en la encuesta el 91% confirmó que, si le gustaría recibir la alimentación en fincas, lo que equivale a que 293 encuestados disfrutaran de la idea de conocer platos típicos y preparados en fincas de cultivo.

Gráfica 28 Tipo de alimentación que preferida

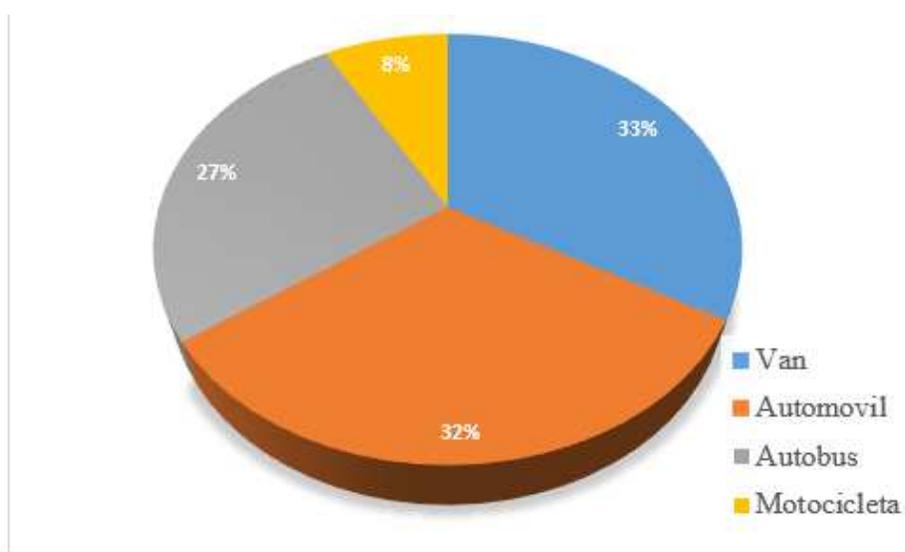


Elaboración propia, 2018

Teniendo en cuenta que el hospedaje de productos agroturísticos se brinda principalmente en fincas y zonas rurales, es conveniente que los turistas manifiesten su interés de conocer la comida típica de la región, preparada directamente en las fincas y con productos que los mismos propietarios cultivan y hacen parte de la canasta familiar boyacense.

En la gráfica 29, se observa que por cuestiones de comodidad y confort la mayoría de las personas prefieren viajar en Van y automóviles, con porcentajes del 33% y del 32% respectivamente, mientras que el 27% opta por los autobuses como mejor medio para desplazarse y por último el 8% de encuestados confirmó que prefiere viajar en motocicleta.

Gráfica 29 Tipo de transporte que preferido



Elaboración propia, 2018

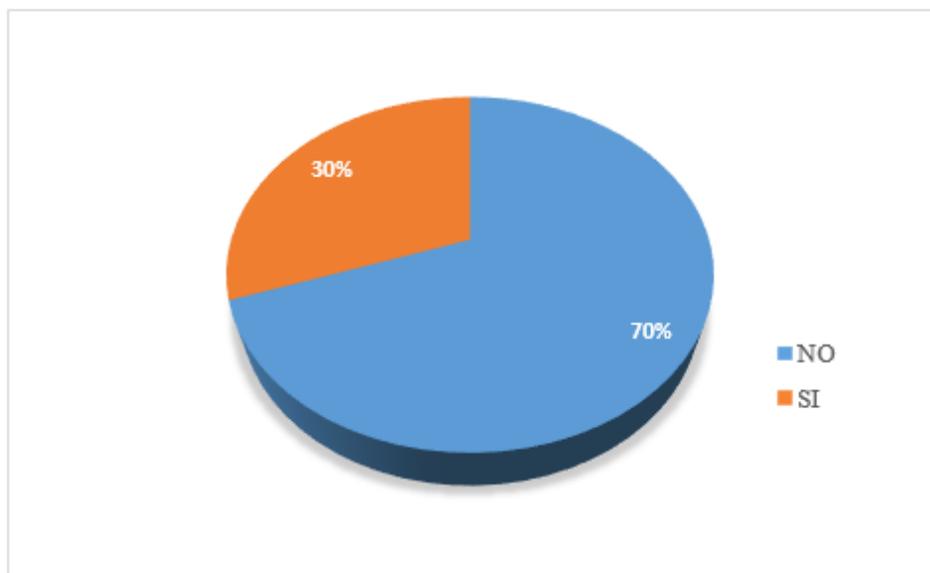
Con base en la pequeña diferencia que hay entre los 3 primeros medios de transporte, es posible asumir que el producto agroturístico puede, dependiendo de la demanda utilizar tanto van como autobuses para el transporte de los turistas.

8.1.3 Factores Psicológicos.

Estos factores buscan determinar la personalidad del cliente, sus gustos y preferencias, permitiendo a su vez un análisis de tendencias.

Tal como se evidencia en la gráfica 30, del total de las personas encuestadas, únicamente el 30% en alguna ocasión ha participado en desarrollo de prácticas agroturísticas, mientras que el 70% de los turistas nunca sido participes de esta tipología turística.

Gráfica 30 Encuestados que han practicado agroturismo

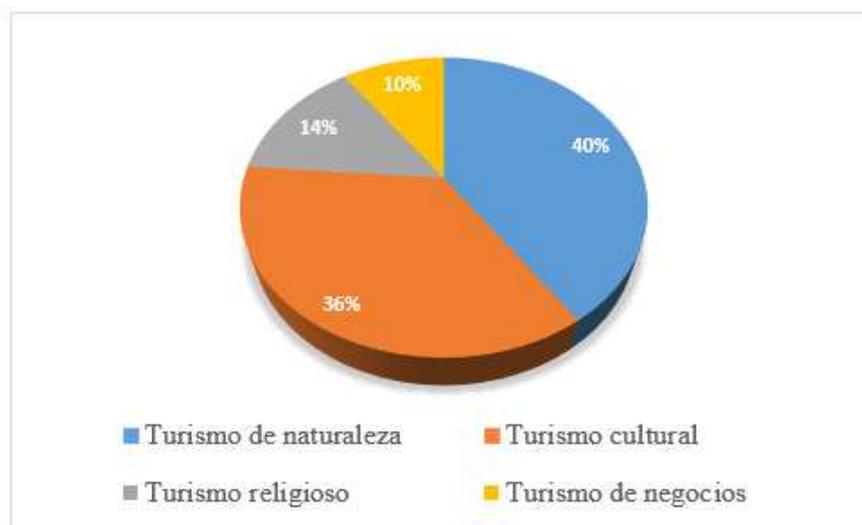


Elaboración propia, 2018

Con referencia a la gráfica es posible atribuir la poca cantidad de personas que han practicado agroturismo, debido a las escasas actividades de este tipo de turismo rural que hay en el país, tal como se menciona en los antecedentes nacionales, el desarrollo agroturístico en Colombia aún es muy incipiente y pese a que en Europa se practica desde los años 50, en Latinoamérica solo desde el 2000 ha empezado a generarse.

Con relación a la gráfica 31, se establece que entre el turismo de naturaleza, el cultural, el religioso y el de negocios, el más comúnmente practicado por los turistas encuestados es el de naturaleza con un 40% lo que es igual a 129 personas, seguido por el cultural que con 116 personas representa el 36%, mientras que el de negocios y el religioso suman un 24%.

Gráfica 31 Tipo de turismo más practicado



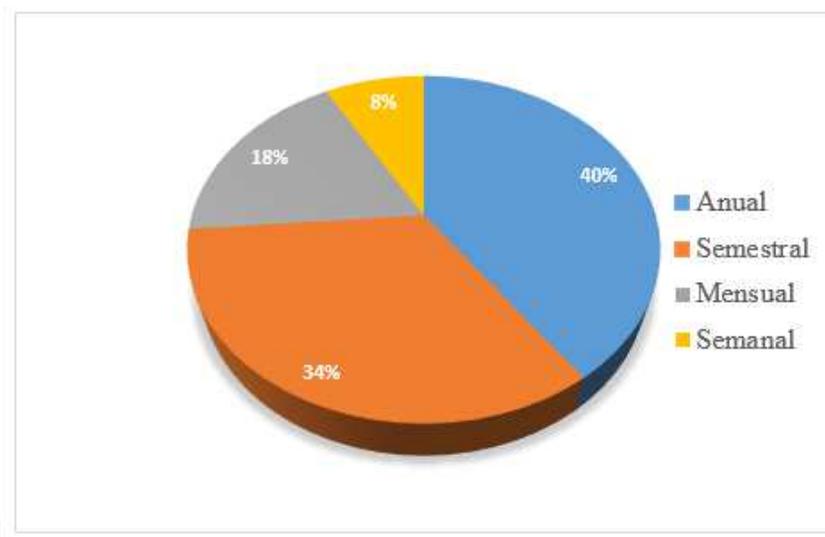
Elaboración propia, 2018

Habiendo establecido en el Marco Teórico que el turismo de naturaleza es un subtipo del turismo rural al igual que el agroturismo y, que el desarrollo del producto agroturístico incluye actividades realizadas al aire libre no enlazadas únicamente al cultivo, siembra y recolección de alimentos, sino al disfrute de atractivos naturales propios de la región, se establece que el hecho de que sea el turismo de naturaleza el mayormente practicado por los turistas encuestados es una oportunidad para abordar los temas enfocados en el desarrollo agroturístico.

Con el fin de determinar tendencias, la gráfica 32 muestra la periodicidad de viaje de los encuestados, se identificó que el 40% presenta una frecuencia anual, seguido por el 34% de las personas que viajan semestralmente; mientras que los turistas cuya periodicidad en viajes es mensual o semanal, representan el 18% y 8% respectivamente.

Generalmente las personas aprovechan su época de vacaciones laborales y/o estudiantiles para viajar, motivo por el cual las frecuencias más altas son semestrales o anuales.

Gráfica 32 Frecuencia de viaje



Elaboración propia, 2018

8.2 Segmentación

El autor del diccionario del marketing Pujol, (1999) define la segmentación como un grupo de personas o empresas que poseen características homogéneas y que pueden responder a un programa de actividades de marketing específicamente diseñado para ellos.

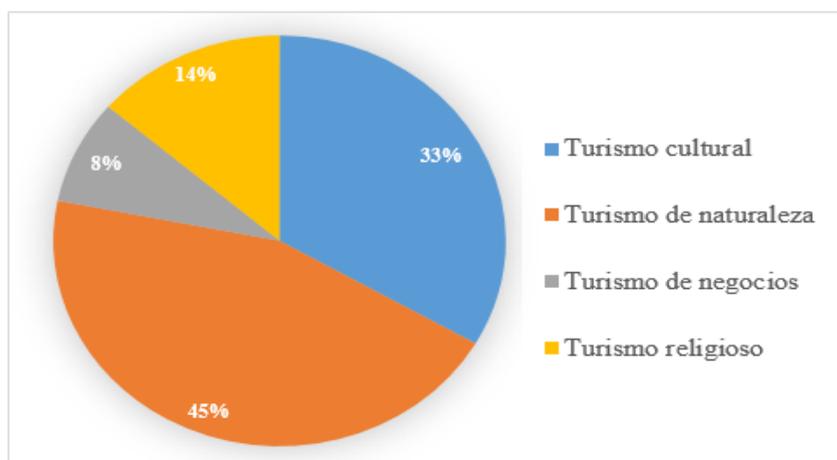
Teniendo en cuenta los conceptos brindados en el marco conceptual y el recogido del señor Pujol, se realizará la segmentación que corresponde con la información obtenida del perfil del cliente con base en las variables demográficas, sociológicas y psicológicas.

8.2.1 Segmentación rango de edades entre 40 a 72 años.

Tal como se explicó anteriormente, el 69% de las personas encuestadas que afirmaron les gustaría practicar agroturismo, se encuentran en rangos de edad entre 40 a 72 años, siendo un grupo balanceado tanto en hombres como en mujeres.

Tal como se observa en la gráfica 33, de las personas encuestadas con edades que comprenden desde los 40 a los 72 años, el 45% prefiere practicar actividades relacionadas con el turismo de naturaleza y el 33% gusta más del turismo cultural.

Gráfica 33 tipo de turismo que más practican

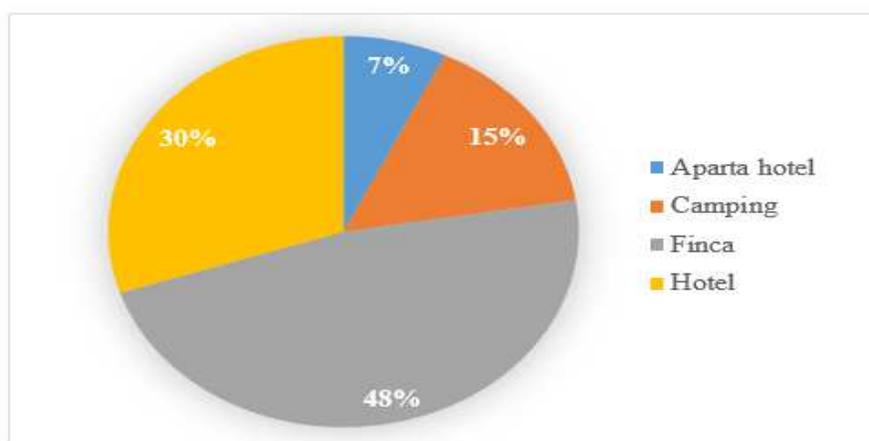


Elaboración propia, 2018

Con base en los datos registrados anteriormente y, teniendo en cuenta que el turismo de naturaleza en Tunja, aborda también temas culturales por los monumentos ubicados en los principales parques es posible entablar una relación que permita satisfacer los gustos y preferencias de este segmento de turistas; alternando todo, con el cultivo de productos propios de la región que permitan la interacción requerida en el agroturismo.

En la gráfica 34, se detalla porcentualmente el tipo de alojamiento preferido, siendo las fincas los tipos de hospedaje con mayor participación, con una representación del 48% equivalente a 155 personas

Gráfica 34 Tipo de alojamiento preferido

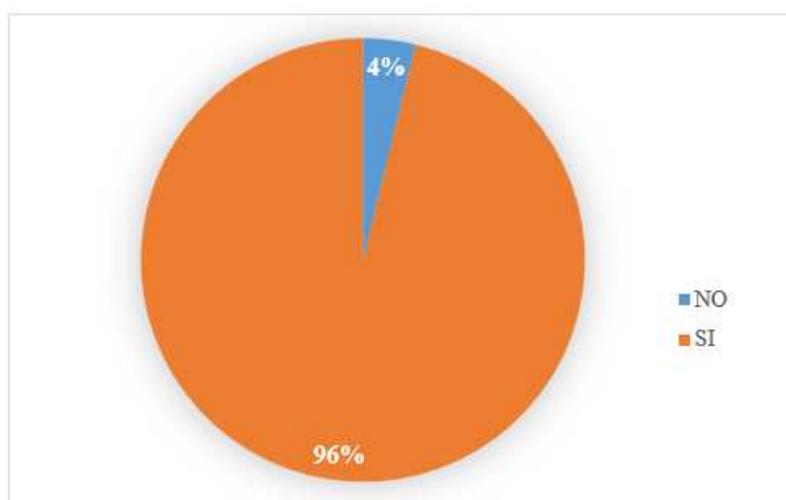


Elaboración propia, 2018

Siendo que el hospedaje en el agroturismo se da principalmente en fincas para permitir que el turista tenga una concepción real sobre la vida, costumbres y trabajo de los agricultores, es ideal que sea este alojamiento preferido por el segmento.

La gráfica 35, permite corroborar que la mayoría de los encuestados ubicados en el segmento prefieren tener las experiencias gastronómicas directamente en fincas, con los productos propios de la región, con un porcentaje del 96%.

Gráfica 35 tipo de Alimentación preferida



Elaboración propia, 2018

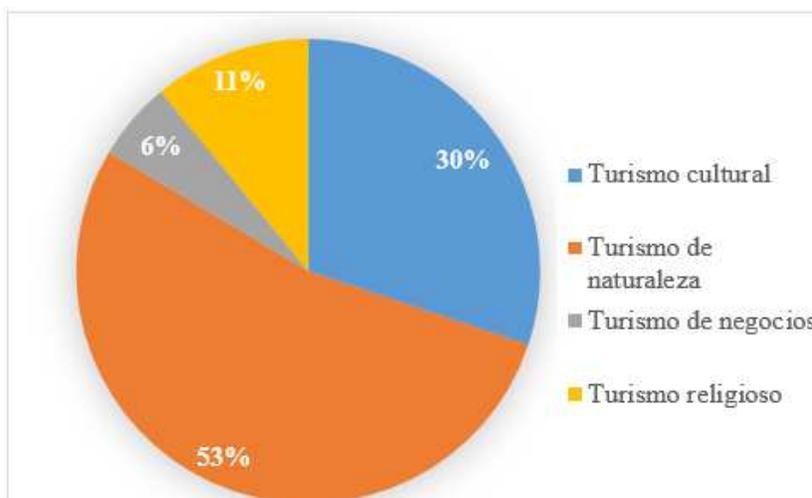
Si se tiene en cuenta que el hospedaje se realiza en fincas, el hecho de que la alimentación también se brinde en este tipo de alojamientos permite que haya una mayor interacción entre el turista y el campesino.

8.2.2 Segmentación rango de edades entre 18 a 39 años.

Como ya se había mencionado en el perfil del cliente, los turistas encuestados interesados en la práctica agroturística en edades comprendidas entre los 18 a los 39 años, representaron el 27%

Con base en la información registrada en la gráfica 36 es posible confirmar que de los encuestados cuyo rango de edad oscila entre los 18 a 39 años, la preferencia en práctica turística es de naturaleza con un 53%, seguido por el turismo cultural con un 30%.

Gráfica 36 Tipos de turismo que más practican

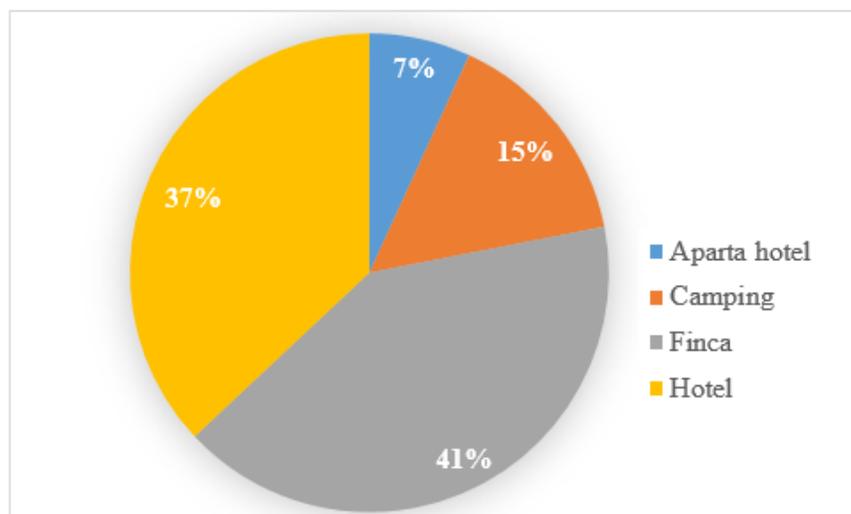


Elaboración propia, 2018

Tal como se ha explicado anteriormente, el turismo de naturaleza hace parte de la tipología de turismo rural al igual que el agroturismo, por lo cual se pueden entrelazar actividades propias del agro y atractivos naturales, tanto en Siachoque como en Samacá se pueden encontrar sitios rodeados de naturaleza que permiten el desarrollo efectivo para este segmento según los lineamientos permitidos en este tipo de turismo.

Los porcentajes representados en la gráfica 37, indican los gustos de los turistas frente a las diversas opciones de alojamiento que se pueden encontrar en el destino; se observa que el 41% de los turistas encuestados que hacen parte del segmento prefieren hospedarse en fincas, el 37% en hoteles, el 15% disfrutan más de acampar y únicamente el 7% tiene preferencia por los aparta-hoteles.

Gráfica 37 Tipo de alojamiento preferido

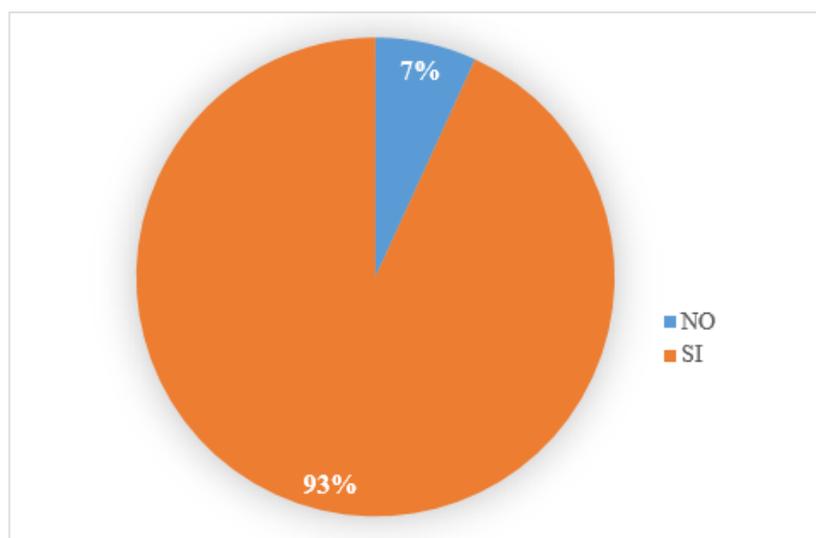


Elaboración propia, 2018

Dado que en las fincas es posible adecuar zonas para camping, el alojamiento propio del agroturismo tendría un porcentaje total de 56% con la suma de hospedaje en fincas y acampar.

Teniendo en cuenta la información consignada en la gráfica 38, se puede afirmar que con una diferencia que no permite duda, al 93% de los encuestados con edades entre los 18 a los 39 años, le gustaría recibir la alimentación directamente en las fincas.

Gráfica 38 Tipo de alimentación preferida



Elaboración propia, 2018

Ya que la alimentación en las fincas permite una experiencia agroturística más completa, el hecho de que los turistas consideren como primera opción de restauración a las que serían los establecimientos de alojamiento es ideal para el desarrollo del producto.

8.3 Precio

Es la expresión de un valor, siendo que el valor de un producto depende de la imagen que percibe el cliente (Bonta & Farber, 2003).

Con el fin de saber cuánto es el valor que un turista pagaría para desarrollar actividades propias del agroturismo, la gráfica 39 permite observar que los rangos entre \$200.000 a \$300.000 y de \$301.000 a \$400.000, representan cada uno el 39% del agregado total, lo que equivale a 104 personas por cada rango

Gráfica 39 Valor dispuestos a pagar



Elaboración propia, 2018

Es de tener en cuenta que al no haberse conformado aun el producto turístico, únicamente se habló en las encuestas la práctica agroturística, no se especificó duración, por lo cual los valores son susceptibles al cambio con dependencia de la conformación final del producto agroturístico.

9 Capítulo III Determinación del producto agroturístico

En este capítulo se definió el tipo de producto turístico a implementar, así como su estructura, por medio de la selección de los atractivos agroturísticos y los prestadores de servicios turísticos que incluidos en el desarrollo del producto; con base en el análisis del capítulo II se determinó el mercado objetivo, también se realizó un estudio sobre la competencia directa del planteamiento agroturístico y finalizará con la determinación de los costos y el precio de venta.

9.1 Definición producto turístico a implementar

Habiendo analizado las características y cualidades de los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque, y con base en los conceptos consignados en el marco conceptual de los tipos de productos turístico, en la tabla 44 se establecen las particularidades de los 5 tipos estudiados para la elaboración del producto agroturístico.

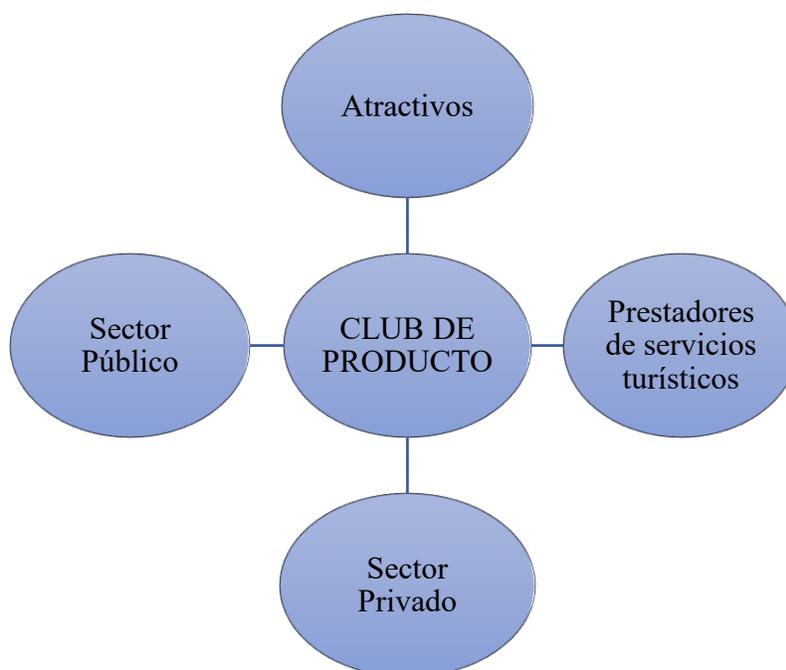
Tabla 44 Características de los productos turísticos

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS
Club de producto	Unión de varias empresas que se dedican a satisfacer las necesidades de un segmento específico, su robustez incluye ofertas de restauración, hospedaje, guía e incluso transporte, además de las actividades enfocadas a generar disfrute para los turistas, las cuales dependen del tipo de turismo que el club de producto ofrezca.
Clúster	Es una asociación entre varias empresas de los sectores públicos y privados, con la participación de entidades dedicadas a la investigación y estudio del mismo sector económico, concentrados en un área geográfica de la actividad económica, que permite generar oportunidades compartidas para tener mayor poder adquisitivo y ventaja sobre la competencia
Mini clúster	Es una adaptación similar al clúster tradicional, se requiere la conjunción de entidades privadas y públicas para establecer alianzas que permitan ofrecer un valor agregado al mercado, delimitado por el sector económico
Ruta	Es un recorrido que destaca los atractivos turísticos de un destino y en la cual predomina un tema específico
Circuito	Puede abordar una temática o varias e inician y finalizan en el mismo sitio

En la tabla anterior se especifican las características que tienen los productos turísticos que se han venido estudiando desde el marco conceptual, con el fin de establecer cuál es el que mejor se ajusta a las cualidades del destino.

La gráfica 40 representa los componentes necesarios para la creación de un club de producto.

Gráfica 40 Elementos club de producto

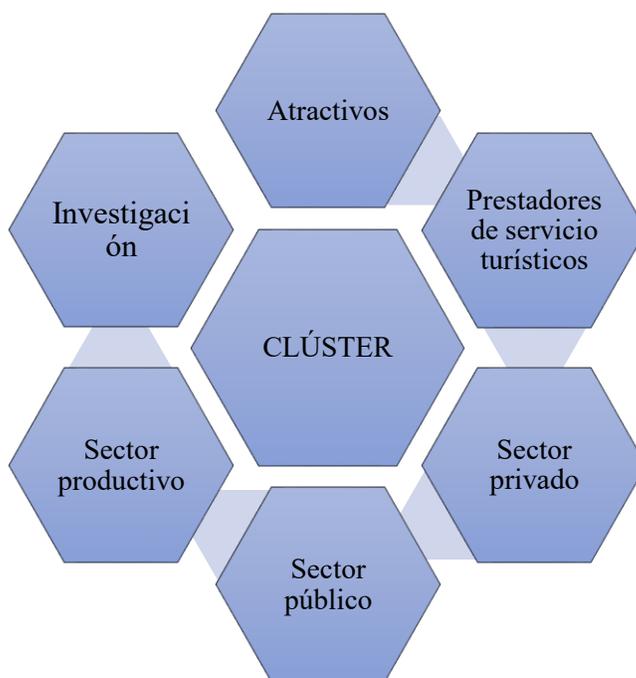


Elaboración propia, 2018

Se observa que la interacción entre los atractivos, los prestadores de servicios y los sectores público y privado es necesaria para la creación de un Club de producto, los autores referenciados en el marco teórico hacen énfasis en que las empresas del sector privado que lo integren deben pertenecer al mismo sector económico, y tal como se explicó en la FODA tabla 43 la estrategia DO1 se enfoca en la necesidad de que la gobernación de Boyacá en su plan de desarrollo departamental incluya proyectos para el desarrollo agroturístico, iniciando con un proceso de planificación que permita generar los cimientos necesarios para que pueda explorarse esta tipología turística, con lo cual se pueda formar una integración que dé como resultado un manejo económico mixto y que, mediante la unión de atractivos turísticos y prestadores de servicios puedan dar origen a la creación de un club de producto.

Tal como se registró en el marco teórico, los Clústers y mini-clústers tienen componentes básicos para su elaboración, en la gráfica 41 se indican cuáles son esos elementos.

Gráfica 41 Elementos clúster y mini-clúster



Elaboración propia, 2018

Este tipo de producto comprende la interacción entre varios actores para formar una asociación que permita mejorar la competitividad y satisfacer desde varios focos las necesidades del turista, los atractivos, prestadores de servicios, sectores público, privado y productivo que para el caso del agroturismo es agrícola, y entidades dedicadas a la investigación son los elementos que requeridos la creación de los Clústers y mini-clústers,

Tal como se expresó en el DOFA de potencialidades agroturísticas de Tunja, Samacá y Siachoque tabla 42, numeral 4 de las debilidades, el turismo en estos municipios hasta ahora se está manifestando, en especial en la tipología religiosa y cultural, pero a causa de que aún es incipiente hay una desarticulación entre los sectores públicos y privados lo que genera inconvenientes en la planificación turística, por esta misma razón, no se considera apropiado elegir como producto al Clúster o al Mini clúster, ya que ambos precisan de la colaboración de

ambos sectores, además de una interacción entre diferentes sectores productivos que giren en torno a la cadena agrícola que aún no está preparada para generar el impacto requerido

De los 5 tipos de producto turístico estudiados, la ruta y el circuito son los únicos que no requieren de la colaboración entre empresas públicas y privadas, la gráfica 42 expone los elementos necesarios para que pueda realizarse una ruta turística

Gráfica 42 elementos de ruta y circuito



Elaboración propia, 2018

Las rutas y los circuitos tienen componentes similares, únicamente se diferencian en que el circuito debe iniciar y finalizar en el mismo lugar, pero los 2 tipos de producto turístico articulan a los prestadores de servicios turísticos, los atractivos y necesitan de un itinerario establecido para su correcto desarrollo.

Tanto la ruta como el circuito, tienen características que se amoldan a las cualidades de destino, atractivos, hospedaje, alimentación y transporte, sin necesidad en que exista una amalgama total entre cada servicio; es decir, no se requiere una asociación entre los diferentes actores que los componen, a diferencia del club de producto y el clúster que para su funcionamiento deben generar asociaciones temporales o permanentes con el fin de posicionar su producto, abarcar una mayor cantidad del mercado, fortalecer su competitividad y buscar mejoras para brindar valores agregados

En la segmentación de mercado abordada en el capítulo II, se identificó que el segmento de personas con rangos de edades entre 40 a 72 años son quienes más interesados están de participar en actividades que giren alrededor del agroturismo y el 70% de ellos ya han practicado esta tipología turística; por lo tanto, se ha seleccionado como producto a una ruta turística que gire en torno al desarrollo agrícola de los productos que se cultivan en Tunja, Samacá y Siachoque

Una vez establecido que el tipo de producto turístico a implementar es una ruta, se integraron los 9 elementos descritos en la cartilla para elaboración de rutas turísticas del SENA, 2013

- Selección del destino
- Análisis del destino (oferta, demanda e inventario turístico)
- Selección de atractivos turísticos
- Nombre de la ruta
- Descripción de atractivos, actividades y puntos de interés
- Tiempo y duración del recorrido
- Selección de prestadores de servicio
- Itinerario
- Comercialización

Con base en los elementos mencionados, se realizó la selección y descripción de atractivos, se definieron los prestadores de servicios para la integración de la ruta y el itinerario con la información de tiempos según corresponda.

9.2 Estructuración del producto turístico

Habiendo decidido el tipo de producto que manejado, se identificaron los atractivos que para la inclusión en dicho producto, con base en el análisis realizado a los atractivos agroturísticos en el capítulo I y los puntajes obtenidos por cada uno por medio de las fichas de evaluación turísticas y las facilidades de acceso.

9.2.1 Selección de atractivos.

De los 22 atractivos que integran la oferta agroturística en Tunja, Samacá y Siachoque, se ha optado por elegir 2 primarios para su inclusión en la ruta turística, con base en los puntajes

obtenidos y representados en la gráfica 7 del capítulo I, con el entendido de que al ser un producto agroturístico en las fincas agrícolas se realizarán actividades que corresponden con la práctica de esta tipología turística, por lo tanto en la tabla 45, se indican los atractivos elegidos como parte de la ruta.

Tabla 45 Atractivos seleccionados

Atractivo	Tipo	Municipio	Descripción
Pozo Donato	Natural Cultural	Tunja	Es un parque arqueológico de la cultura Muisca, entre sus características se encuentran la laguna de aguas frías y profundas bordeada en piedra, a su alrededor se hallan senderos en piedra, bohíos y algunas de las columnas del legendario templo solar de Goranchacha, monolitos que datan de la precolombina.
Plaza del diablo	Natural	Siachoque	es un gran colchón de musgo en donde se puede apreciar flora como musgo, frailejón, arrayán, tunos, encenillo, chite, orquídeas y fauna como venados, truchas, tinajos, por su ecosistema es propicio para la práctica de ciclomontañismo, senderismo y avistamiento de flora y fauna típica de páramos

Elaboración propia, 2018

Tal como se observa en la tabla anterior, 2 atractivos harán parte de la ruta agroturística, en Tunja la Reserva natural el Pozo Donato que tiene características tanto naturales como culturales por ser un parque arqueológico Muisca, en Siachoque la plaza del diablo es ideal para la práctica de senderismo, avistamiento de flora y fauna propia de páramos.

9.2.2 Selección de prestadores.

Teniendo en cuenta las características de la ruta agroturística, los prestadores de servicio que hacen parte de su desarrollo son transporte, hospedaje, alimentación, guía, aclarando que el hospedaje y la alimentación se brindan en fincas.

9.2.2.1 Transporte.

A raíz del análisis realizado en el capítulo I, se identificó que las 3 empresas que brindan servicio de transporte en Tunja, la compañía Escoltur por la cantidad de vehículos destinados al turismo y

el tiempo en el mercado; por lo tanto, será esta empresa la que brindará el transporte para el desarrollo de la ruta agroturística.

La empresa de transporte Traescoop puede surgir como una alternativa en caso de que se requiera, manejando una flota turística de 16 vehículos.

9.2.2.1 Hospedaje

Con base en la gráfica 13 en la que se exponen los puntajes obtenidos por las fincas ubicadas en Samacá y su análisis posterior, se determinó que por su disposición en términos de fachada, infraestructura, accesibilidad, capacidad de alojamiento y zonas para camping son idóneas para el desarrollo de la ruta agroturística, por lo tanto, y teniendo en cuenta los puntajes obtenidos por cada finca, se definió que la finca en la cual se brindará el hospedaje es la perteneciente al señor Gilberto Gil, ubicada en la vereda Rincón Santo, con 6 habitaciones, con capacidad para 14 personas (2 camas dobles, 10 sencillas), además de zona para acampar en caso de ser necesario.

Como alternativa, la finca de la señora María Teresa Montañez ubicada en la Chiruvita tiene 7 habitaciones con una capacidad de 10 personas (1 cama doble, 8 sencillas), cuyos cultivos principales son la papa, el maíz y la cebolla

9.2.2.1 Alimentación.

La alimentación se brindará en las fincas, siendo que el producto es agroturístico y busca compaginar a los turistas con la vida del agricultor, se hace necesario que el turista conozca de primera mano la gastronomía típica de la región, con alimentos que se preparan utilizando algunos de los productos que ellos mismos cultivan.

También se incluye 1 restaurante en Tunja y 1 Mirador vía Bogotá – Tunja el cual se utilizará como parada para que los turistas puedan comprar alimentos para llevar.

En la tabla 46 se describe la oferta que tiene cada establecimiento según las necesidades de la ruta agroturística.

Tabla 46 Menú de fincas y restaurantes

<i>Lugar</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Alimentos</i>	
Finca Gilberto Gil	Samacá	Desayuno	Caldo de costilla, caldo de papa con huevo, envueltos de mazorca, huevos con arroz, arepa boyacense
		Almuerzo y cena	cocido boyacense, sobrebarriga criolla, mazamorra chiquita, gallina criolla,
Restaurante Mamá grande	Tunja	Desayuno	Caldo de costilla, tamal, changua, huevos al gusto, arepa boyacense o almojabana, chocolate o aguadepanela
Finca José Pardo	Siachoque	Almuerzo	Cuchuco de trigo con espinazo, cocido boyacense, pescuezos de gallina con papas chorreadas
		Desayuno	Sopas, caldo de costilla, huevos, tamal, café, chocolate
Parador Villa Cecilia	Via Bogotá - Tunja	Almuerzo y cena	sobrebarrilla y el baby beef, pescados en diferentes preparaciones a base de trucha, salmón y róbalo, platos vegetarianos, menú infantil
		Cafetería	Hojaldres, almojábanas, mantecadas, colaciones, empanadas, pan de yuca, muffins, pan resobado, mogollas
		Postres	Cuajada con melao, arroz con leche, esponjado de lulo y maracuyá, queso con arequipe, leche asada y cheesecake de mora, arequipe y fresa

Elaboración propia, 2018

9.2.2.1 Guianza.

Para el recorrido en el atractivo Plaza del Diablo ubicado en Siachoque se contactó con Renden Mauricio Buitrago con Registro Nacional de Turismo número 56511 quien es contratado en ocasiones por Manakin Nature para los recorridos a sitios naturales.

Habiendo descrito anteriormente las características por las cuales se eligió cada prestador de servicios turísticos para que integre la ruta, la tabla 47 es una síntesis de la selección realizada, evidenciando que servicio cubre cada prestador.

Tabla 47 Resumen prestadores de servicios

Servicio	Empresa	Ubicación
Transporte	Escoltur	Tunja
Hospedaje	Finca Gilberto Gil	Samacá
	Finca Gilberto Gil	Samacá
Alimentación	Restaurante Mamá grande	Tunja
	Finca José Pardo	Siachoque
	Parador Villa Cecilia	Via Bogotá - Tunja
Guianza	Mauricio Buitrago	Siachoque

Elaboración propia, 2018

9.2.3 Tipo de cliente.

De acuerdo a las 384 encuestas realizadas en los municipios de Tunja, Samacá y Siachoque se identificaron los siguientes factores demográficos, sociológicos y psicológicos para el definir el perfil de cliente.

Tabla 48 tipo de cliente

Factores	Aspecto	Variables
Demográficos	Edad	40 - 72 años
	Alojamiento	Fincas
Sociológicos	Alimentación	Fincas
	Transporte	Van y Automovil
	Han practicado Agroturismo	Si 70%
Psicológicos	Tipo de turismo que prefieren	Turismo de Naturaleza
		Turismo Cultural
	Frecuencia de viaje	Anual Semestral

Elaboración propia, 2018

La tabla 48, permite visualizar los tres factores que se usaron para el perfil de cliente, en primer lugar, en el aspecto demográfico se encontró que los rangos de edades de 62 – 72, 40 – 50 y de 51 – 61 los cuales tiene el 69% del total encuestado, es por esto que nuestro perfil estará entre 40 y 72 años, mientras que en el factor sociológico se analizan las expectativas y

percepciones del servicio aquí se puede concluir que el tipo de alojamiento que prefieren los encuestados son las fincas ya que representa el 41%, entretanto el 32% prefieren hospedarse en hoteles, en cuanto a la alimentación el 91% de las personas prefieren que esta sea proporcionada en las fincas de los agricultores, el tipo de transporte que prefieren para movilizarse dentro de los municipios es van y automóvil los cuales representan el 65%; En tercer lugar se tienen los factores Psicológicos que permiten determinar la personalidad y gustos del cliente, se puede ver que el 70% de las personas han practicado agroturismo y el tipo de turismo que más prefieren es de naturaleza y cultural que significa el 76%, en lo referente a frecuencia de viaje el 40% de la población viaja de manera anual y el 34% semestral, de acuerdo a estas variables se determinó el perfil de cliente.

9.2.4 Competencia.

Para determinar la competencia se ha tomado desde dos perspectivas, analizar las estadísticas de agroturismo en Colombia y las rutas turísticas que se están ofertando en el departamento de Boyacá.

Según estadísticas entregadas por portafolio el 26 de abril del 2017 en Colombia hay más 24.500 fincas utilizadas con fines de agroturismo, conforme a las estimaciones del MINCIT la mayor concentración se encuentra en el eje cafetero Quindío, Risaralda y caldas, de acuerdo a la información que suministro María Claudia Lacouture exministra de comercio, industria y turismo, actualmente se encuentran en construcción productos como haciendas y granjas turísticas, adicionalmente se encuentran rutas reconocidas como la ruta láctea, de las frutas, el cacao, cultivos ancestrales y plantas medicinales, además Paula Cortés presidenta de la asociación de agencias de viajes y turismo (ANATO) reconoce que las agencias de viajes ya están empezando a provechar esta oportunidad ya que es un mercado poco explorado.

De acuerdo a la información recopilada en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encontró que el departamento de Boyacá cuenta con las siguientes rutas, las cuales están categorizadas por tipo de turismo, lo cual nos permitirá tener un panorama más acercado a la realidad de nuestra competencia.

Tabla 49 Rutas Boyacá

RUTA	TEMATICA	TIPO	LUGAR
Libertadora	Conmemora los sacrificios de aquellos héroes que entregaron sus vidas por la construcción del país.	Cultural	Puente Boyacá y Villa de leyva
Las siete maravillas de Boyacá	Recorrido por una tierra privilegiada de Montañas, lagos, desiertos, parques, pueblitos	Natural	Chiquinquirá, Sáchica, Villa de Leyva, Paipa y Tota
Experiencia en la región de Boyacá	Recorrido por los pueblos coloniales	Cultural	Zipaquirá y Villa de Leyva, Moniquirá, Paipa y Tota
Herencia Muisca	Reviva las tradiciones Muisca que integran diversos elementos socioculturales, ecológicos y geográficos	Cultural	Tenza, Ramiriquí, Sutatenza, Garagoa, Chivor, Guateque y Santa María, en Boyacá
Paisajística	Pretende dar a conocer santuarios, lagos, paramos y reservas	Natural	Iguaque, Paipa, Monguí
Religiosas	Se convierte en una excelente opción para los amantes del arte, arquitectura y prácticas religiosas	Cultural	Soracá, Ramiriquí, Janesano y Tibaná Puente de Boyacá, Turmequé y Tunja, Soracá, Cucaita, Samacá y Soracá, Ramiriquí, Zetaquirá y

Elaboración propia, 2018

Tal como se presenta en la tabla 49 se puede ratificar que el departamento de Boyacá se caracteriza el turismo cultural, ya que cuenta con 4 rutas de este tipo las cuales representan el 67% de las rutas existentes en este departamento, mientras que de tipo natural solo se encontraron 2 que corresponde al 33%, de acuerdo a esto podemos analizar que los productos agroturísticos aún no han sido explorados en este departamento por lo cual cuentan con mucho potencial.

9.2.5 Itinerario.

Habiendo elegido a los prestadores de servicios turísticos y los atractivos que integrarán la ruta agroturística, en la tabla 50 se especifican los horarios en los que se realizarán las actividades planificadas para el desarrollo del producto.

Tabla 50 Itinerario

ITINERARIO	
Día 1	
Hora	Actividad
6:00am	Salida de Bogotá Éxito calle 170
8:30am	Llegada Samacá finca Gilberto Gil
8:30 am - 9:15 am	Acomodación de habitaciones y desayuno
9:15 am - 10:05 am	Recorrido por la finca, con explicación de principales productos agrícolas cultivados, herramientas que se utilizan y ciclos de cultivo por producto
10:05 am - 10:45 am	Involucramiento del turista en las labores agrícolas, por medio del arado con el uso de pica y azadas para cultivo de yuca
10:45 am - 11:00 am	Refrigerio
11:00 am - 11:10 am	Desplazamiento hacia la casa de la finca
11:10 am - 12:30 pm	Explicación y preparación guiada del almuerzo, postre y bebida con algunos ingredientes cultivados en la finca
12:30 pm - 1:00 pm	Charla sobre la papa, sus tipos y la forma de clasificarla
1:00 pm - 2:00 pm	Almuerzo
2:00 pm - 3:25 pm	Actividad de siembra, clasificación y tipos de papa
3:25 pm - 4:05 pm	Arado de tierra cultivos de maíz
4:05 pm - 4:20 pm	Refrigerio
4:20 pm - 4:50 pm	Esparcimiento de semillas de maíz en los surcos realizados
4:50 pm - 5:20 pm	Alimentación de bovinos, ovinos y equinos
5:20 pm - 7:00 pm	Tiempo de esparcimiento y juegos de mesa
7:00 pm - 8:00 pm	Cena
8:00pm	Descanso nocturno
Día 2	
6:10 a. m.	Tinto boyacense
6:10 am - 7:25 am	Alistamiento de turistas
7:25 am - 8:00 am	Desplazamiento en van a Tunja
8:00 am - 8:40 am	Desayuno
8:40 am - 8:55 am	Desplazamiento en van a Pozo Donato
8:55 am - 9:40 am	Caminata por el parque arqueológico y toma de fotos

9:40 am - 10:00 am	Desplazamiento en van al atractivo turístico Plaza del diablo en Siachoque
10:00 am - 11:25 am	Caminata en páramo Plaza del diablo, avistamiento de flora y fauna, mitos del páramo y charla de sostenibilidad por parte del guía
11:25 am - 11:40 am	Refrigerio
11:40 am - 11:50 am	Desplazamiento en van a finca del señor José Pardo
11:50 am - 12:20 am	Recolección de arveja y haba
12:20 pm - 1:00 pm	Desplazamiento y explicación por parte del agricultor sobre la siembra de cebolla cabezona, creación de zanjas y esparcir semillas
1:00 pm 2:10 pm	Desplazamiento a la casa de la finca y almuerzo
2:10 pm - 3:20 pm	Explicación y actividad lúdica, plantar semillas de tomate en compartimentos caseros entregados por el agricultor y retirar brotes de tallo
3:20 pm - 3:35 pm	Refrigerio
3:35 pm - 3:45 pm	Alistamiento de turistas y salida de finca
3:45 pm - 5:30 pm	Desplazamiento en van a Bogotá
5:30 pm - 6:00 pm	Parada en el mirador Villa Cecilia para que los turistas hagan sus compras de alimentos y obsequios
6:00 pm - 7:30 pm	Llegada a Bogotá Portal Norte

Elaboración propia, 2018

Tal como se observa en la tabla anterior, en las fincas los turistas realizan actividades enfocadas al arado, cultivo y cuidado de los productos agrícolas insignia de las 2 fincas que se han elegido para el desarrollo de la ruta, habrá agricultores encargados de guiar y enseñar sobre las diferentes etapas de siembra de cada producto y su información general, haciendo acompañamiento en las actividades prácticas que se realicen.

9.2.6 Canal de distribución.

Alcazar, (2002) quien asegura que el canal de distribución debe poner el producto a disposición del consumidor, en las cantidades requeridas, y en el momento y lugar solicitados.

Para determinar el canal de distribución del producto turístico se ha tenido en cuenta la tabla 51 en la se puede ver la explicación del canal directo e indirecto.

Tabla 51 Tipos de canal de distribución

<i>Tipo</i>	<i>Características</i>
Directo	<p>No existen intermediarios entre el prestatario o proveedor turístico y el consumidor final</p> <p>El proveedor turístico el que ha creado el producto, negocia directamente con los consumidores, realizando las funciones de distribución a través de sus propios recursos.</p>
Indirecto	<p>Interviene uno o más intermediarios entre prestatarios/proveedores turísticos y consumidor final</p> <p>Se hará uso de los distribuidores para hacer llegar el producto o servicio al consumidor final, que actúan como representantes de la empresa productora ante los consumidores</p> <p>Los intermediarios suelen actuar en los mercados emisores</p> <p>Se deben establecer acuerdos entre proveedor y distribuidor</p>

Elaboración propia, 2018: Fuente Ojeda García Delia y Mármol Sinclair Patricia (2016) Marketing Turístico Guía, información y asistencia turísticas, Agencias de viajes y gestión de eventos, Gestión de alojamientos turísticos

De acuerdo con la información anteriormente relacionada el canal de distribución del producto turístico es indirecto, debido que para su comercialización es necesario un intermediario antes de llegar al consumidor final, el cual es conocido como agencia de viajes mayorista, es la encargada del diseño y elaboración de paquetes turísticos, para ser vendidos al cliente por una agencia minorista, el valor de la comisión es impuesto por la mayorista, la agencia de viajes que se encargara de vender este producto es Manakin nature tours ya que su especialidad es únicamente ecológica, además es una de las agencias con mayor puntuación según el diagnóstico elaborado para los prestadores de servicios turísticos.

9.2.7 Determinación de valor de venta.

Para determinar el valor de venta de un producto o servicio, existen varios métodos que se ajustan a los factores internos y externos que afectan directa o indirectamente al producto y/o servicio

Método de factores.

Se basa en el costo de producto requerido para prestar un servicio, ignorando el costo laboral. Para su aplicación se debe fijar el porcentaje de costo para determinar el factor y al multiplicarlo por el costo arroja el precio de venta.

Método de margen de contribución.

El método de margen de contribución, se determina excluyendo de las ventas los costos variables, siendo el margen de contribución quien debe cubrir los costos fijos y la utilidad esperada, a menor cantidad de costos fijos mayor utilidad brinda un producto y/o servicio.

Método de costo primo

Utilizado principalmente en el sector de alimentos y bebidas, el método toma en consideración el costo laboral necesario para poder elaborar un producto o prestar un servicio y el de materia prima.

Método proporcional.

Se requiere la consideración de todos los costos y gastos derivados de la prestación del servicio o la elaboración de un producto y la utilidad deseada

Habiendo explicado los métodos para determinar el valor de venta, se definió que el Método proporcional es el que mejor se ajusta, por lo tanto, el valor de venta se precisó realizando las respectivas cotizaciones para transporte, hospedaje, alimentación, guianza, seguro de viaje y desarrollo de actividades.

En las tablas 52, 53 y 54 se detallan los costos con base en las cotizaciones, las cuales fueron solicitadas para grupos de 10, 15 y 20 personas, se especifica el valor unitario y el grupal, y el valor de venta de la ruta agroturística por persona dependiendo de la cantidad de personas, el porcentaje que requiera la agencia de viaje para ofertar el producto no se incluyen las tablas.

Tabla 52 Valor de venta grupo 10 turistas

<i>Concepto</i>	<i>Empresa</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo x pax</i>	<i>Precio 10 pax</i>
Transporte	Escoltur	10	\$ 85.000	\$ 850.000
Desayuno, almuerzo y cena y refrigerios día 1	Finca gilberto gil	10	\$ 27.000	\$ 270.000
Hospedaje	Finca gilberto gil	10	\$ 25.000	\$ 250.000
Enseñanza, guía y actividades día 1	Finca gilberto gil	10	\$ 13.000	\$ 130.000
Desayuno día 2	Restaurante mamá grande	10	\$ 6.500	\$ 65.000
Guía en plaza del diablo	Mauricio Buitrago	10	\$ 16.000	\$ 160.000
Refrigerio día 2	D1	10	\$ 3.200	\$ 32.000
Almuerzo día 2	Finca José Pardo	10	\$ 8.000	\$ 80.000
Enseñanza, guía y actividades día 2	Finca José Pardo	10	\$ 10.000	\$ 100.000
Refrigerio día 2	Finca José Pardo	10	\$ 3.000	\$ 30.000
Seguro de viaje	Colasistencia	10	\$ 4.076	\$ 40.760
Total costos			\$ 200.776	\$ 2.007.760
Utilidad 20%			\$ 40.155	\$ 401.552
Imprevistos 5%			\$ 10.039	\$ 100.388
Valor de venta			\$ 250.970	\$ 2.509.700

Elaboración propia, 2018

Las cotizaciones de transporte Escoltur, Guía de turismo Mauricio Buitrago y seguro de viaje de Colasistencia se encuentran los anexos 5, 6 y 7 respectivamente, en el caso de las fincas los propietarios confirmaron los valores por medio telefónico o presencial.

La tabla 53 refleja los valores correspondientes a un grupo de 15 personas, tanto valor unitario como grupal.

Tabla 53 Valor de venta grupo 15 turistas

<i>Concepto</i>	<i>Empresa</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo x pax</i>	<i>Precio 10 pax</i>
Transporte	Escoltur	15	\$ 78.000	\$ 1.170.000
Desayuno, almuerzo y cena y refrigerios día 1	Finca gilberto gil	15	\$ 27.000	\$ 405.000
Hospedaje	Finca gilberto gil	15	\$ 22.000	\$ 330.000
Enseñanza, guía y actividades día 1	Finca gilberto gil	15	\$ 13.000	\$ 195.000
Desayuno día 2	Restaurante mamá grande	15	\$ 6.500	\$ 97.500
Guía en plaza del diablo	Mauricio Buitrago	15	\$ 14.000	\$ 210.000
Refrigerio día 2	D1	15	\$ 3.200	\$ 48.000
Almuerzo día 2	Finca José Pardo	15	\$ 8.000	\$ 120.000
Enseñanza, guía y actividades día 2	Finca José Pardo	15	\$ 9.000	\$ 135.000
Refrigerio día 2	Finca José Pardo	15	\$ 3.000	\$ 45.000
Seguro de viaje	Colasistencia	15	\$ 4.076	\$ 61.140
Total costos			\$ 187.776	\$ 2.816.640
Utilidad 20%			\$ 37.555	\$ 563.328
Imprevistos 5%			\$ 9.389	\$ 140.832
Valor de venta			\$ 234.720	\$ 3.520.800

Elaboración propia, 2018

En la tabla 54 se observan los valores que corresponden a un grupo de 20 turistas, especificando tanto el valor unitario como el grupal.

Tabla 54 Valor de venta grupo 20 turistas

<i>Concepto</i>	<i>Empresa</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo x pax</i>	<i>Precio 10 pax</i>
Transporte	Escoltur	20	\$ 74.000	\$ 1.480.000
Desayuno, almuerzo y cena y refrigerios día 1	Finca gilberto gil	20	\$ 27.000	\$ 540.000
Hospedaje	Finca gilberto gil	20	\$ 20.000	\$ 400.000
Enseñanza, guía y actividades día 1	Finca gilberto gil	20	\$ 13.000	\$ 260.000
Desayuno día 2	Restaurante mamá grande	20	\$ 6.500	\$ 130.000
Guía en plaza del diablo	Mauricio Buitrago	20	\$ 12.500	\$ 250.000
Refrigerio día 2	D1	20	\$ 3.200	\$ 64.000
Almuerzo día 2	Finca José Pardo	20	\$ 8.000	\$ 160.000
Enseñanza, guía y actividades día 2	Finca José Pardo	20	\$ 8.000	\$ 160.000
Refrigerio día 2	Finca José Pardo	20	\$ 3.000	\$ 60.000
Seguro de viaje	Colasistencia	20	\$ 4.076	\$ 81.520
Total costos			\$ 179.276	\$ 3.585.520
Utilidad 20%			\$ 35.855	\$ 717.104
Imprevistos 5%			\$ 8.964	\$ 179.276
Valor de venta			\$ 224.095	\$ 4.481.900

Elaboración propia, 2018

Las cotizaciones de transporte y guianza para las tablas 53 y 54 se realizaron vía telefónica, únicamente se modifican los valores correspondientes a transporte, hospedaje, guianza y enseñanza actividades del día 2.

En la tabla 55 se comparan los valores de venta por turista dependiendo de la cantidad de personas que integren el grupo.

Tabla 55 Comparación valores

	<i>Grupo 10 pax</i>	<i>Grupo 15 pax</i>	<i>Grupo 20 pax</i>
<i>Costo x pax</i>	\$ 250.970	\$ 234.720	\$ 224.095

Elaboración propia, 2018

Es posible afirmar que con base en la información consignada anteriormente el valor por persona para un grupo de 20 significa un ahorro de \$26.875 frente a un grupo de 10 turistas.

9.2.8 Punto de equilibrio.

Para establecer el punto de equilibrio es necesario determinar los costos fijos y variables de la ruta agroturística, determinando que los costos fijos son para el transporte y la guianza, los restantes son variables.

Se fijaron los puntos de equilibrio para los grupos de 10, 15 y 20 personas, en la tabla 56 se detallan las cantidades.

Tabla 56 Punto equilibrio

	<i>Grupo pax 10</i>	<i>Grupo pax 15</i>	<i>Grupo pax 20</i>
<i>Unidades</i>	7	10	13
<i>Pesos</i>	\$ 1.756.790	\$ 2.347.200	\$ 2.913.235

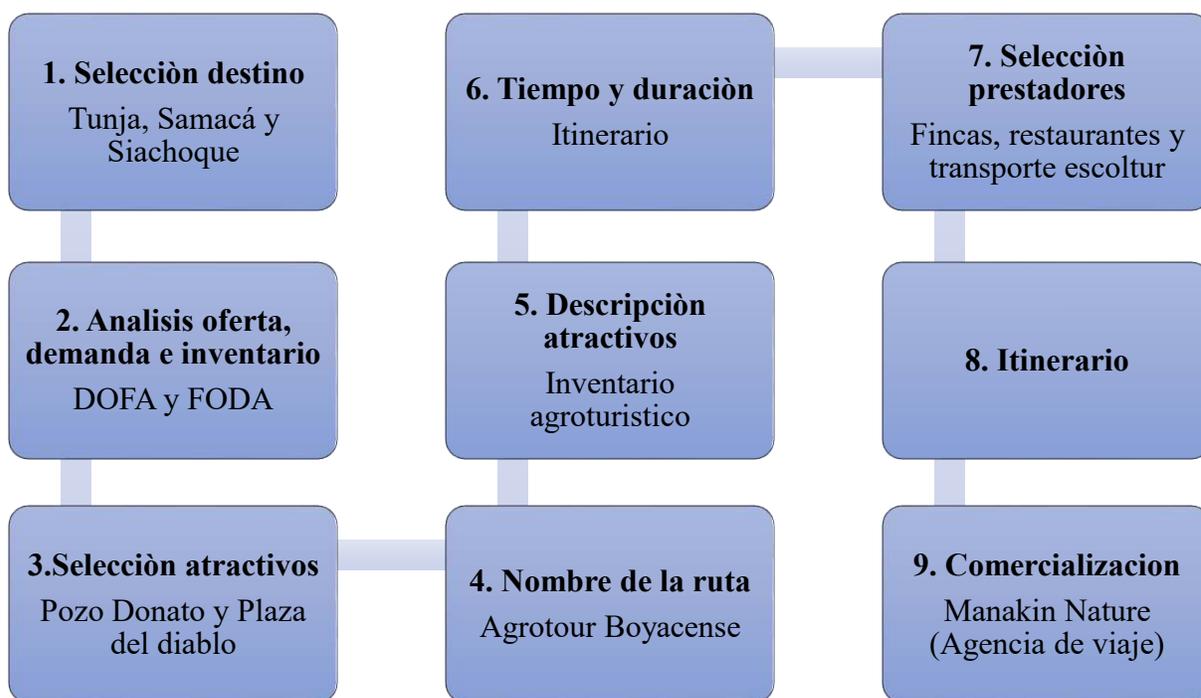
Los puntos de equilibrio para el desarrollo de la ruta agroturística son, en un grupo de 10 turistas 7, en un grupo de 15 turistas 10 y en un grupo de 20 turistas 13.

9.2.9 Estructuración final.

teniendo en cuenta que el servicio nacional de aprendizaje es pionero en temas de investigación y proyectos encaminados al desarrollo turístico y con base en la finalización de la estructuración para la ruta, en la gráfica 43 se identifica que la elaboración del producto agroturístico cumple

con los elementos que recoge la cartilla para elaboración de rutas turísticas del SENA, con lo que se buscó seguir una metodología ya implantada por un ente investigativo.

Gráfica 43 Adaptación a la metodología SENA



Elaboración propia, 2018 Fuente: Cartilla para elaboración de rutas turísticas SENA

10 Conclusiones

Con base en los datos recopilados en el trabajo, es posible concluir que el agroturismo es una fuente de ingresos para las economías locales de los agricultores, apoyando la mano de obra del sector agro y brindando sustentos para mejorar la calidad de vida de los campesinos que se han adherido a este modelo turístico, siendo Europa el pionero en el desarrollo de esta modalidad del turismo rural; sin embargo, dadas las ventajas derivadas de la práctica agroturística varios países en Latinoamérica han creado productos enfocados en explorar el agroturismo para impulsar al sector agrícola, estableciendo normatividades encargadas de regir esta práctica y brindando a través de empresas estatales capacitaciones sobre diversos temas relacionados con el servicio y el turismo, con el fin de impulsar actividades que aprovechen las cualidades agrícolas y agrarias que puede ofrecer un destino, además de los atractivos naturales que compaginan adecuadamente con el desarrollo de esta tipología turística.

Habiendo expuesto lo anterior, en Colombia el agroturismo se ha desarrollado especialmente en el Eje Cafetero, destino donde se concentran la mayor cantidad de fincas dedicadas al turismo rural en el país; sin embargo, ya hay agencias de viaje que están incursionando en el mercado con ofertas dedicadas a la exploración agroturística, con el fin de aprovechar este nicho de mercado emergente

Boyacá tiene una variedad de oferta turística que enlaza a la naturaleza, la cultura, la arqueología y el bienestar, entre otros, pero también tiene una oferta agroturística amplia por la gran cantidad de fincas que se encuentran diseminadas a lo largo del departamento, siendo uno de los principales exportadores de muchos productos que componen la canasta familiar poseen una extraordinaria riqueza en términos agrícolas y la opción de incursionar en esta práctica turística, para esto es necesario que desde la gobernación se planifique el desarrollo turístico y se incluyan planes y proyectos para incentivar a los campesinos y agricultores, así como propuestas que giren en torno a explicar las ventajas tanto para los turistas como para la comunidad local de incursionar en el agroturismo.

Para que este modelo turístico cumpla con las expectativas que puede llegar a generar en la comunidad local, desde la gobernación de Boyacá hasta la alcaldía de los diferentes municipios

deben comprometerse con su desarrollo, elaborando una planificación que busque mejorar la renta de los agricultores y brindar experiencias agrícolas de alto nivel a los turistas.

En Tunja, Samacá y Siachoque, fue posible confirmar que muchas personas se interesaban por el proyecto, agricultores ofrecían sus fincas, herramientas y mano de obra con el fin de tener una alternativa para mejorar sus ingresos y enseñar las generalidades de la vida del campesino.

Si bien en estos destinos hay interés por parte de los agricultores, es necesario confirmar que hace falta mejorar temas de infraestructura en las fincas con el fin de que el hospedaje sea más cómodo y acorde a las necesidades de los turistas, dado que la alimentación se brinda en las mismas fincas, las personas encargadas deben recibir capacitaciones sobre manipulación de alimentos que les permitan mejorar la inocuidad de los mismos.

Se determinó que la competencia directa se enfoca al desarrollo de productos encaminados al turismo cultural y natural, pero no hay oferta agroturística en los destinos, por lo cual hay un desaprovechamiento turístico de los recursos agrícolas y agrónomos en Tunja, Samacá y Siachoque.

También es posible concluir que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos, de los 3 destinos se encuentran en Tunja; sin embargo, tanto en temas de transporte como en agencias de viaje la oferta cubre al departamento y en ocasiones incluso hay planes nacionales e internacionales, con lo cual se confirma que hay una variedad en prestadores y oferta turística que puede satisfacer las diferentes necesidades que tienen los turistas.

En cuanto al tema de demanda, el análisis realizado a partir de las encuestas permite observar que si hay demanda para productos agroturísticos, que hay turistas interesados en explorar y practicar esta modalidad turística y disfrutar de la gastronomía propia de la región preparada en fincas agricultoras para obtener una experiencia única.

11 Recomendaciones

Boyacá tiene una gran oferta natural, cultural y religiosa, con lo cual la mayoría de los productos turísticos que se ofrecen en el departamento aprovechan estos atractivos; sin embargo, no se puede soslayar la posibilidad de incursionar en otros nichos de mercado en turismo, por promocionar únicamente estos, ya que realmente el departamento tiene muchas fuentes para explorar otras ofertas turísticas, para ello es necesario que se realicen proyectos para mejorar la planificación turística departamental, enfocando esfuerzos en mejorar la accesibilidad, la infraestructura y promocionar a Boyacá como un destino diverso, con muchas opciones que pueden satisfacer y cumplir con las expectativas de los turistas.

En el Plan de desarrollo territorial, la gobernación hace énfasis en la importancia que tiene el turismo en la economía del departamento, pero no evidencian sus planes sobre cómo mantener y mejorar la imagen de Boyacá como destino turístico nacional e internacional, se habla del turismo de naturaleza, cultural y religioso, sin abordar ninguna otra tipología turística de las que integran la oferta del departamento, en el futuro se deben incluir todas las variedades de turismo que se practiquen en el destino con el fin de mostrar la oferta real que un turista puede encontrar en Boyacá.

En Tunja, Samacá y Siachoque, se identificó una oferta en turismo natural especialmente de paramos; sin embargo, algunos atractivos evidencian un estado de deterioro, que manifiesta la necesidad de que los entes gubernamentales encargados de la preservación del medioambiente y de ecosistemas hídricos se inmiscuyan en el destino, con el fin de evitar estragos que puedan alterar o dañar los sitios naturales.

Tal como se ha evidenciado en Europa y algunos países en Latinoamérica, para que el agroturismo se desarrolle correctamente en un destino es necesario que exista apoyo de los sectores público y privado, así como intervenciones del ministerio de agricultura y el Viceministerio de Turismo, creando planes para brindar capacitaciones, cursos y charlas que enseñen a los agricultores y campesinos sobre las ventajas de la práctica agroturística, las generalidades que se puedan presentar, los cualidades del servicio para el momento de tratar con turistas, normas básicas de manipulación de alimentos, además de brindar incentivos económicos

para que los agricultores puedan realizar las mejoras pertinentes en las fincas y terrenos agrícolas.

En el tema de prestadores de servicio, las agencias de viaje que se encuentran en Tunja evidencian una exploración turística receptora cultural, natural, religiosa, pero ninguna maneja planes enfocados al agroturismo, y en temas de oferta emisora poseen una amplia variedad de planes turísticos, pero ninguno se enfoca a esta tipología turística, pese a que hay destinos ya estructurados en Colombia en donde el agroturismo ya se manifiesta tales como el eje cafetero y los llanos orientales, por lo tanto se recomienda a las agencias de viaje a que aprovechen el nicho de mercado que se abre camino con el desarrollo agroturístico, más aun siendo Boyacá un departamento conocido por la cantidad de productos agrícolas que cultivan.

Adicionalmente, el presente trabajo evidencia que se pueden hacer más aprovechables las fincas dedicadas al sector agrícola y que hay un segmento de turistas con edades comprendidas de 18 a 39 años que están interesados en explorar y practicar el agroturismo, por lo cual se pueden generar productos enfocados a este segmento y dependiendo de sus gustos y tendencias ofrecer diferentes actividades, permitiendo productos de investigación que generen profundizaciones en el tema.

Bibliografía

- Acerenza, M. (2006). *Agencias de viajes, organización y operación*. México: Trillas.
- Acerenza, M. (2010). Conceptos, tipos y modalidades del turismo rural. *Portal de America*, <http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/2390-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-vi-turismo-rural?tmpl=component&print=1>.
- Alcazar, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: ESIC.
- Arcila, M., López, J., & Fernandez, A. (2015). *Rutas turístico culturales e itinerarios culturales como productos turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación*. España: Universidad de Zaragoza.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos 4º Edición*. México: Interamericana editores.
- Bacon, M. (1996). *Como hacer marketing directo: secretos para la pequeña empresa*. Estados unidos: Ediciones Garnica.
- Benitez, G. (2014). *Diseño de rutas turísticas*. Obtenido de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OAAPs/OAAP4_Fase2/swf/aa3_oa2/utilidades/oa.pdf
- Blanco, M. (2008). Fortalecimiento de la agricultura familiar a través del agroturismo; el caso de la finca la Florita, Santa Cruz de Turrialba, Costa Rica. *IV Congreso internacional de la rad SIAL*, 13.
- Blanco, R. (2013). Seminario club ecoturístico en España. *CENEAM*, 25.
- Bonoma, T. (1984). *Managing marketing. The free press*.
- Bonta, P., & Farber, M. (2003). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Argentina: Grupo norma.
- Boullon, R., & Boullon, D. (2010). *Turismo rural, un enfoque global*. México: Trillas.

- Bravo, J. (1990). *El marketing mix: concepto estrategia y aplicaciones*. España: Díaz de Santos SA.
- Cepyme. (s.f.). *Pautas para elaborar un estudio de mercado*. Obtenido de Cepyme emprende: http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar_estudio_mercado.pdf
- Constabel, S., Oyarzun, E., & Szmulewicz, P. (2008). *Agroturismo en Chile caracterización y perspectivas*. Santiago: Universidad Austral de Chile.
- Da costa, J. (2005). *Diccionario de mercado y publicidad*. Brasil: Panapo.
- Ejarque, J. (s.f.). *Claves para el éxito de un club de productos turísticos*. Obtenido de Fourtourism: http://www.colombiaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles-218036_archivo_pdf12.pdf
- Escudero, J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. España: Ediciones Paraninfo.
- Fedepapa. (mayo de 2017). *Fedepapa*. Obtenido de <http://fedepapa.com/Boletines/REGIONALES/BOLETIN%20REGIONAL%20BOYACA%20No.%202.pdf>
- Fernandez, G., & Ramos, A. (2005). Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina. *Cuadernos del turismo*, 97 - 112.
- Furio, E. (1997). *Globalización económica y mercado turístico*. España: .
- García, A. (1984). *Planificación y evaluación del turismo*. México: Editorial Limusa.
- Godínez, R. (2009). *El breve diccionario del turismo*. México : Umbral.
- Hernández, J. (21 de 09 de 2011). *Los caminos del patrimonio, rutas turísticas e itinerarios culturales*. Obtenido de Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural: http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf

- Kotler, P. (2001). *Identificación de segmentos de mercado y selección de mercados meta*. Mexico: Millenium.
- Kotlèr, P. (2002). *Dirección de marketing, conceptos esenciales*. México: Pearson publicaciones.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del marketing 6ta edicion*. España: Pearson.
- Lambin, J. (2003). *Marketing estrategico*. Madrid: Interamericana de España.
- López Herrera, H. (2002). *Agroturismo: el verdadero descanso*. Colombia.
- Machado, E., & Hernandez, Y. (2007). *Procedimiento para el diseño de un productos turísticos integrados en Cuba*. Cuba: Teoria y Praxis.
- Mancildo, F., Rejane, N., & Segre, I. (2010). ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del clúster turístico de Santa Teresa - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*.
- Meza, C., Murillo, J., & Palacios, C. (s.f.). La ruta del viche. Producción, circulación, venta y consumo del destilado en el litoral Pacífico colombiano. *Universidad del pacífico* (pág. 197). Colombia: ICAHN.
- Middlenton, V., & Clarke, J. (2002). Marketing in travel and Tourism third edition. *assessment of Nvqs*, 18.
- Mincetur. (2006). *Manual para la formulación de inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Perú: Ministerio de comercio exterior y turismo.
- Ojeda, D., & Mármol, P. (2016). *Marketing turístico 2º Edición. Guía, información y asistencias turísticas, agencias de viajes y gestión de eventos*. España: Paraninfo.
- Paguay, J. (2012). *De la "pepa de oro" a la ruta del cacao*. Ecuador.
- Pardo, J., & Pavia, G. (2013). *El mercadeo del turismo rural en el departamento del Quindío*. Cali: Universidad ICESI.
- Porter, M. (1999). *Los "clústers" y la nueva economía de competencia*. Estados Unidos.

- Pulido Fernandez, J. (2008). *El turismo rural*. España: Síntesis.
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. *Escuela superior politécnica del litoral*, 50.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2010). El agroturismo como la diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *estudio agrarios*.
- Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el estado Delta Amacuro*. Venezuela. Venezuela: Universidad de la Habana.
- Roman, F., & Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas*. Obtenido de Instituto interamericano de Cooperación para la Agricultura: http://argus.iica.ac.cr/Esp/regiones/sur/argentina/Documents/DesRural/Tur_Rural/Libro_Turismo_Rural.pdf
- Salvador, M., Parra, F., & Lhermie, C. (2006). *Distribución comercial*. España: ESIC.
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (23 de abril de 2001). *Agroturismo y desarrollo rural; situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del suroeste español*. Obtenido de Cuadernos de turismo: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/22091/21381>
- Schaere, J., & Dirven, M. (2001). *El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las regiones de Maule, la Araucanía y los Lagos*. Santiago: Cepal.
- Solomon, M. (2014). Análisis del consumidor. *Universidad interamericana para el desarrollo*.
- Toledo, G., Marroquin, E., & Castroman, A. (2017). *Research gate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/237717340_ESTRATEGIA_INTERNACIONAL_DE_UN_CLUSTER_TURISTICO_LATINOAMERICANO_ESTUDIO_DE_CASO_SAUPE-BRASIL_INTERNATIONAL_STRATEGY_OF_A_LATIN_AMERICAN_TOURISTIC_CLUSTER_STUDY_CASE_SAUPE_BRAZIL

- Tomas, L., & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS revista de turismo y patrimonio cultural*, 159 - 171.
- turismo, V. (2010). *Metodología para la elaboración de inventarios turísticos*. Colombia.
- Vilimková, O. (2015). Turismo vivencial – presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú. *Ecoturisme*.
- Yanaze, M. (2011). *Gestión de marketing y comunicación - avances y aplicaciones 2da edición*. Brasil: Editorial cultura económica.
- Zumbado, F. (2008). Agroturismo. *Aportes*, 44.

Lista de tablas

Tabla 1 Clasificación atractivos turísticos	20
Tabla 2 Encuestas a realizar por extensión territorial	42
Tabla 3 Categorización atractivos agroturísticos de Tunja	46
Tabla 4 Categorización atractivos agroturísticos de Samacá	47
Tabla 5 Categorización atractivos agroturísticos de Siachoque	48
Tabla 6 Puntaje atractivos turísticos	50
Tabla 7 Tipo y ubicación de atractivos	52
Tabla 8 Ficha técnica Colombitravel	54
Tabla 9 Ficha técnica Eventours	55
Tabla 10 Ficha técnica Manakin nature	55
Tabla 11 Ficha técnica Rokatur	56
Tabla 12 Ficha técnica Yetitours	56
Tabla 13 Ficha técnica Turismo sin límites	57
Tabla 14 Ficha técnica Boyacá in the world	57
Tabla 15 Ficha técnica Cultura, turismo y aventura	58
Tabla 16 Tipologías emisoras y receptoras en planes	59
Tabla 17 Ficha técnica Mamá grande	60
Tabla 18 Ficha técnica Pila del mono	60
Tabla 19 Ficha técnica El palacio de la gallina	60

Tabla 20 Ficha técnica la Terraza	61
Tabla 21 Ficha técnica El Maizal	61
Tabla 22 Ficha técnica la casona del prado	61
Tabla 23 Ficha técnica tierra buena	62
Tabla 24 Puntuación restaurantes	63
Tabla 25 Ficha técnica Transportes los muiscas	64
Tabla 26 Ficha técnica Transporte Traescoop	64
Tabla 27 Ficha técnica Transporte Elitur	65
Tabla 28 Ficha técnica Transporte Escoltur	65
Tabla 29 Tipo de transporte por empresa	66
Tabla 30 Ficha técnica finca agrícola de Miguel Betancourt	69
Tabla 31 Ficha técnica finca agrícola de Gilberto Gil	70
Tabla 32 Ficha técnica finca agrícola de María Teresa Montañez	70
Tabla 33 Ficha técnica finca agrícola de Roberto Castiblanco	71
Tabla 34 Ficha técnica finca agrícola de Carlos Acosta	71
Tabla 35 Ficha técnica finca agrícola de Juan Gil	72
Tabla 36 Ficha técnica finca agrícola de Ausberto Monroy	73
Tabla 37 Ficha técnica finca agrícola de Julio Moreno	74
Tabla 38 Ficha técnica finca agrícola de José Martínez	74
Tabla 39 Ficha técnica finca agrícola de Gregorio Sánchez	75

	132
Tabla 40 Ficha técnica finca agrícola de José Pardo	75
Tabla 41 Ficha técnica finca agrícola de Miryam Hernández	76
Tabla 42 DOFA	83
Tabla 43 FODA	85
Tabla 44 Características de los productos turísticos	101
Tabla 45 Atractivos seleccionados	106
Tabla 46 Menú de fincas y restaurantes	108
Tabla 47 Resumen prestadores de servicios	109
Tabla 48 tipo de cliente	109
Tabla 49 Rutas Boyacá	111
Tabla 50 Itinerario	112
Tabla 51 Tipos de canal de distribución	114
Tabla 52 Valor de venta grupo 10 turistas	116
Tabla 53 Valor de venta grupo 15 turistas	117
Tabla 54 Valor de venta grupo 20 turistas	118
Tabla 55 Comparación valores	119
Tabla 56 Punto equilibrio	119

Lista de gráficas

Gráfica 1 Procedimiento para la elaboración de un producto turístico	26
Gráfica 2 Proceso de elaboración estudio de mercado	29
Gráfica 3 Porcentaje del valor agregado de Tunja por ramas de actividad económica	34
Gráfica 4 Porcentaje de valor agregado en Samacá por ramas de actividad económica	36
Gráfica 5 Porcentaje del valor agregado del municipio Siachoque por ramas de la actividad económica	37
Gráfica 6 Muestra población infinita	42
Gráfica 7 Atractivos que superan la media	51
Gráfica 8 Tipología de atractivos	52
Gráfica 9 Comparación entre puntaje y promedio de restaurantes en Tunja	63
Gráfica 10 Flota turística pHor empresa	67
Gráfica 11 Porcentaje de establecimientos de hospedaje por subcategoría	68
Gráfica 12 División por número de camas de los establecimientos de hospedaje	68
Gráfica 13 Comparación puntaje y promedio general fincas Samacá	77
Gráfica 14 Comparación puntaje y promedio general fincas Siachoque	77
Gráfica 15 Comparación cifras turismo receptor 2016 – 2017	79
Gráfica 16 División por categoría de turismo receptor 2017	80
Gráfica 17 Participación turistas colombianos y extranjeros	81
Gráfica 18 Porcentaje de turistas colombianos por departamento de residencia	81

Gráfica 19 Porcentaje de turistas extranjeros por país de residencia	82
Gráfica 20 División porcentual por genero	82
Gráfica 21 Encuestados interesados en el agroturismo	86
Gráfica 22 Interés por rango de edades	87
Gráfica 23 Interés por genero	88
Gráfica 24 Interés por país de residencia	89
Gráfica 25 Calificación a Boyacá como destino turístico	89
Gráfica 26 Preferencia de alojamiento	90
Gráfica 27 Preferencia de alojamiento según el género	91
Gráfica 28 Tipo de alimentación que preferida	91
Gráfica 29 Tipo de transporte que preferido	92
Gráfica 30 Encuestados que han practicado agroturismo	93
Gráfica 31 Tipo de turismo más practicado	94
Gráfica 32 Frecuencia de viaje	95
Gráfica 33 tipo de turismo que más practican	96
Gráfica 34 Tipo de alojamiento preferido	96
Gráfica 35 tipo de Alimentación preferida	97
Gráfica 36 Tipos de turismo que más practican	98
Gráfica 37 Tipo de alojamiento preferido	99
Gráfica 38 Tipo de alimentación preferida	99

	135
Gráfica 39 Valor dispuestos a pagar	100
Gráfica 40 Elementos club de producto	102
Gráfica 41 Elementos clúster y mini-clúster	103
Gráfica 42 elementos de ruta y circuito	104
Gráfica 43 Adaptación a la metodología SENA	120

Anexo 1

Fichas técnicas inventario Tunja

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	BOSQUE DE LA REPUBLICA						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tunja						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía mayor de Tunja						
1.6. Dirección/Ubicación	Carreteras 10 y 11 con calle 13						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Ferreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ubicado en el parque de la independencia						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Amplia zona verde ubicada al sur de la ciudad, reconstruida en 1918 e inaugurada por Domingo Combariza y Luis Soler, llena de prados, arboles y arbustos de distintos colores, también hay un lago y caminos peatonales, esta adornado con figuras artesanales de animales tales como panteras, leones y expresiones precolombinas						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)							8
Sin contaminación del agua (10)							7
Sin contaminación visual (10)							8
Estado de conservación (10)							8
Sin contaminación sonora (10)							7
Diversidad (10)							7
Singularidad (10)							7
Subtotal							52
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				12
TOTAL							64



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	POZO DONATO								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Salamanca y Pataguy								
1.5. Administrador o Propietario	N/A								
1.6. Dirección/Ubicación	Carretera central del norte de Samacá								
1.7. Teléfono/Fax	N/A								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó		Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:	Se toma la vía Samacá - ventaquemada, y se desvía por la carretera central								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado									
2.2. Descripción:	conocido antiguamente como pozo de hunzaúa es un parque y museo								
<p>Arqueológico de la cultura Muisca, entre sus características se encuentran la laguna de aguas frías y profundas bordeada en piedra, a su alrededor se hallan senderos en piedra, bohíos y algunas de las columnas del legendario templo solar de Goranchacha, monolitos que datan de la precolombina. En el islote se encuentra una réplica en miniatura del parque en conjunto.</p>									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)								9	
Sin contaminación del agua (10)								9	
Sin contaminación visual (10)								8	
Estado de conservación (10)								8	
Sin contaminación sonora (10)								8	
Diversidad (10)								8	
Singularidad (10)								9	
Subtotal								59	
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		12	
TOTAL								71	



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARQUE RECREACIONAL DEL NORTE						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tunja						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Avenida norte de Tunja						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ubicado en la glorieta norte de la ciudad						
2. CARÁCTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Es una zona concurrida generalmente los días dominicales						
Cuenta con un equipamiento para la recreación y el deporte, con dos módulos de juegos infantiles, zonas verdes, espacio para práctica de aeróbicos y las mejores canchas de tenis del departamento, en polvo de ladrillo; canchas de fútbol y baloncesto.							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)							7
Sin contaminación del agua (10)							8
Sin contaminación visual (10)							7
Estado de conservación (10)							8
Sin contaminación sonora (10)							7
Diversidad (10)							5
Singularidad (10)							5
Subtotal							47
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)							8
TOTAL							53



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		PARQUE SANTANDER							
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio				Tunja		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Tunja							
1.5. Administrador o Propietario		Alcaldía mayor de Tunja							
1.6. Dirección/Ubicación		Carreras 11 y 12 con Calle 22							
1.7. Teléfono/Fax		N/A							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:		Ubicado frente al hotel parque santander							
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado									
2.2. Descripción:		Fue inaugurado el 3 de agosto de 1939 con ocasión del cuarto Centenario							
		de la Fundación Hispánica de Tunja Es un área extensa, de terreno quebrado que fue utilizado artísticamente para efectuar construcciones como el teatro de la Media Torta hoy llamado "Jorge Velosa, y que es al aire libre con sus graderías en ladrillo y cemento, en el centro se construyó un polideportivo para esparcimiento de sus habitantes. Cuenta con amplios jardines y zonas de recreación							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)								8	
Sin contaminación del agua (10)								8	
Sin contaminación visual (10)								8	
Estado de conservación (10)								8	
Sin contaminación sonora (10)								7	
Diversidad (10)								7	
Singularidad (10)								7	
Subtotal								53	
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6	
TOTAL								59	
									
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte				Fecha		28/03/2018	

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		PARQUE PINZON							
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio				Tunja		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Tunja							
1.5. Administrador o Propietario		Alcaldía mayor de Tunja							
1.6. Dirección/Ubicación		Entre carrera 8 y 9 con calles 23 y 24							
1.7. Teléfono/Fax:		N/A							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)				1.9. Tipo de Acceso					
				Terrestre	X	Acuático	Féreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:		Frente al claustro San Agustín en barrio las nieves							
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado									
2.2. Descripción:		Está rodeado de jardines, árboles y arbustos, caminos peatonales y zonas pasivas de recreación. Posee un pequeño polideportivo en el costado occidental. Del otro sector se encuentra un busto del notable General Próspero Pinzón Romero, además de encontrarse un monumento de Antonio Nariño							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)								8	
Sin contaminación del agua (10)								10	
Sin contaminación visual (10)								8	
Estado de conservación (10)								7	
Sin contaminación sonora (10)								7	
Diversidad (10)								6	
Singularidad (10)								6	
Subtotal								52	
x									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6	
TOTAL								58	
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte				Fecha		28/03/2018	



FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARQUE DE LA INDEPENDENCIA						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tunja						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía mayor de Tunja						
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 9 con calle 14						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Lateral a la plaza principal						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Su principal característica es el monumento de la independencia de Colombia en cuya cuspide el Cóndor Andino, consta de Seis niveles de plataformas que se angostan hasta encontrar el soporte de una columna anillada esculpida en mármol blanco. El cóndor de bronce con alas abiertas en vuelo majestuoso, de cuyo pico pende una corona de laurel, mientras que en sus garras sostiene la bandera						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						8	
Sin contaminación del agua (10)						10	
Sin contaminación visual (10)						8	
Estado de conservación (10)						9	
Sin contaminación sonora (10)						7	
Diversidad (10)						6	
Singularidad (10)						6	
Subtotal						54	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6	
TOTAL						60	



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARQUE PRINCIPAL						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tunja						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía mayor de Tunja						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 20 con 12						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Féreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Lateral a la plaza principal						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	conserva los rasgos de los parques de la colonia						
<p>los cuales tenían una pila central y zonas abiertas divididas por parcelas en materiales diversos en este caso el concreto, ladrillo y la piedra, en cuyas divisiones se ubicaban parcelas con sus zonas verdes respectivas</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						7	
Sin contaminación del agua (10)						6	
Sin contaminación visual (10)						8	
Estado de conservación (10)						8	
Sin contaminación sonora (10)						6	
Diversidad (10)						6	
Singularidad (10)						6	
Subtotal						47	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6	
TOTAL						53	



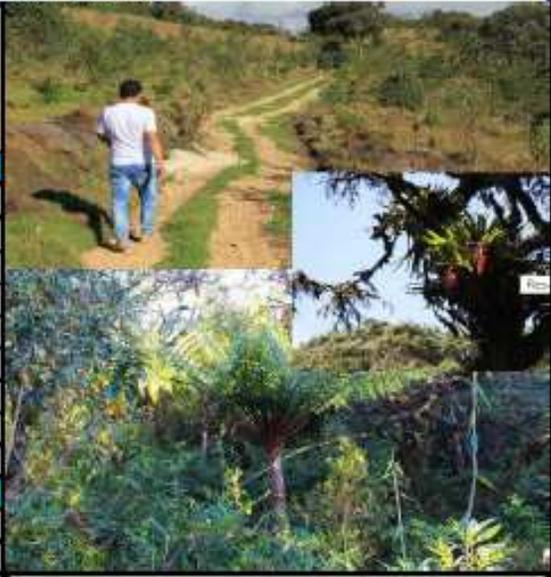
Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	RESERVA NATURAL EL MALMO						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tunja				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Baron germania						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldia mayor de Tunja						
1.6. Dirección/Ubicación	Flada suroccidental de la cuchilla conocida como alto del muerto						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso				
			Terrestre	X	Acuático	Ferreo	Aéreo
1.11. Indicciones para el acceso:	Ubicada a 8 KM de Tunja por la vía Tunja Bogota						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Su sistema hídrico cuenta con varias quebradas que son afluentes del río Teatinos						
<p>a presencia dominante de encenillo, plantas epifitas, briófitas, líquenes, musgos y se aprecian además gran diversidad de orquídeas. La Reserva cuenta con una diversidad de fauna característica de ecosistemas alto andinos, en los que se encuentran; 8 especies de anfibios, 6 especies de reptiles, 10 especies de mamíferos y 60 especies de aves. El sendero ecológico, le permitirá a los ecoturistas, contemplar la naturaleza, conscientes del respeto por las normas de conservación ambiental.</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						8	
Sin contaminación del agua (10)						8	
Sin contaminación visual (10)						9	
Estado de conservación (10)						7	
Sin contaminación sonora (10)						8	
Diversidad (10)						7	
Singularidad (10)						7	
Subtotal						54	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Intemacional (30)						18	
TOTAL						72	



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	28/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	FERIA GANADERA						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Samacá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	El gacal y Páramo Centro						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía municipal						
1.6. Dirección/Ubicación	Parque principal						
1.7. Teléfono/Fax:	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Ferreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	La feria se desarrolla entre las veredas El gacal y Páramo centro y las actividades se realizan en varias zonas, fincas y las plazas centrales						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Se realiza el segundo fin de semana de octubre y incluyen actividades de cabalgatas desfile de carrozas, fiesta taurina, se premia a los ganaderos de la región con mejores ejemplares en la línea ganadera y se realiza una muestra agroindustrial						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Organización del evento (30)						20	
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)						18	
Beneficios económicos locales (20)						18	
Subtotal						58	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12	
TOTAL						68	



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	22/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARAMO DE RAVANAL						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Samacá				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Salamanca y Pataguy						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Carretera central del norte de Samacá						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Se toma la vía Samacá - ventaquemada, y se desvía por la carretera central						
2. CARÁCTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Es un macizo montañoso ubicado entre Cundinamarca y Boyacá						
<p>ideal para practicar turismo ecológico, su temperatura promedio es de 10°C, se encuentra vegetación propia de un páramo y especies nativas tales como Curies, Armadillos, Guaches, Ardillas, Musarañas, Halcones y Águilas</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						8	
Sin contaminación del agua (10)						8	
Sin contaminación visual (10)						9	
Estado de conservación (10)						8	
Sin contaminación sonora (10)						9	
Diversidad (10)						9	
Singularidad (10)						9	
Subtotal						60	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12	
TOTAL						72	
							
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		22/03/2018

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	CASCADA GOLPE DE AGUA						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Samacá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Salamanca y Loma redonda						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Carretera colegio Salamanca						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la la vía que conduce al colegio Salamanca, sigue ascendiendo pasa el río Gacheneca y asciende caminando aproximadamente 1 Km						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	También llamada la Chorrera esta cascata mide 65 metros, se práctica senderismo y observación del entorno natural						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						9	
Sin contaminación del agua (10)						9	
Sin contaminación visual (10)						10	
Estado de conservación (10)						9	
Sin contaminación sonora (10)						10	
Diversidad (10)						8	
Singularidad (10)						8	
Subtotal						63	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12	
TOTAL						75	



Diligenciado por:	Geraldine Torres Duarte	Fecha	22/03/2018
-------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	REPRESA GACHENECA							
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Samacá					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Salamanca y Loma redonda							
1.5. Administrador o Propietario	N/A							
1.6. Dirección/Ubicación	vía Colegio Salamanca							
1.7. Teléfono/Fax	N/A							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso						
		Terrestre	X	Acuático		Ferreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Pasando por la vía que conduce al colegio Salamanca, se llega al sitio conocido como Puente de burras, se asciende por esa misma carretera							
2. CARACTERISTICAS								
2.1. Código Asignado								
2.2. Descripción:	Dada la ubicación y las características del terreno cerca al Río es posible practicar senderismo y observación del entorno natural							
3. PUNTAJES DE VALORACION								
CALIDAD						PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)						8		
Sin contaminación del agua (10)						8		
Sin contaminación visual (10)						8		
Estado de conservación (10)						7		
Sin contaminación sonora (10)						8		
Diversidad (10)						8		
Singularidad (10)						8		
Subtotal						51		
SIGNIFICADO								
Local (8) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12		
TOTAL						63		
								
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		22/03/2018	

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	LAGUNA VERDE						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Samacá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	El gacal						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Vía Río Teatinos						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.8. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Pasando el río Teatinos en dirección hacia el municipio de Ventaquemada						
2. CARÁCTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Con una temperatura promedio de 12° C, tiene la vegetación propia de un páramo						
<p>frailejones, rastros y matorrales, así como rastros indígenas representados en petroglíficos, también existen leyendas que incrementan su atractivo, mitos que aseguran que hay oro indígena en las profundidades del lago</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						9	
Sin contaminación del agua (10)						9	
Sin contaminación visual (10)						10	
Estado de conservación (10)						9	
Sin contaminación sonora (10)						8	
Diversidad (10)						8	
Singularidad (10)						8	
Subtotal						61	
SIGNIFICADO							
Local (8) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12	
TOTAL						73	
							
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		22/03/2018

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre		RIO TEATINOS								
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio				Samacá			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Páramo centro y El gacal								
1.5. Administrador o Propietario		N/A								
1.6. Dirección/Ubicación		Vía pavimentada de Samacá - puente de Boyacá								
1.7. Teléfono/Fax		N/A								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso							
			Terrestre	X	Acuático		Ferreo		Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:		Se toma la vía pavimentada de Samacá hacia el puente de Boyacá, posteriormente se desvía en el sector La Cumbre a la carretera destapada que conduce al Colegio la Libertad								
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado										
2.2. Descripción:		Dada la ubicación y las características del terreno cerca al Río es posible practicar senderismo, cañonismo, ciclomontañismo, pesca y rappel ubicados desde el puenton del río								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD								PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)								7		
Sin contaminación del agua (10)								8		
Sin contaminación visual (10)								7		
Estado de conservación (10)								7		
Sin contaminación sonora (10)								8		
Diversidad (10)								7		
Singularidad (10)								7		
Subtotal								51		
SIGNIFICADO										
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6		
TOTAL								57		



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	22/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

Anexo 3

Fichas técnicas inventario Siachoque

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	POZO DE LOS PATOS		
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Siachoque
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tocavita		
1.5. Administrador o Propietario	N/A		
1.6. Dirección/Ubicación	Noroccidente de la zona veredal		
1.7. Teléfono/Fax	N/A		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.8. Tipo de Acceso		
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> X	Acuático <input type="checkbox"/>
		Ferreo <input type="checkbox"/>	Aéreo <input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ubicado al noroccidente de tocavita es necesario tomar el camino que bordea el colegio		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado			
2.2. Descripción:	es el lugar donde se capta el agua para el acueducto de las veredas		
Tocativa, Juruvita, Turja y Firaya, con una temperatura media de 13° C, es un sitio natural que permite practicar senderismo y avistamiento de aves propias de sistemas pantanosos			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD			PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)			8
Sin contaminación del agua (10)			9
Sin contaminación visual (10)			8
Estado de conservación (10)			9
Sin contaminación sonora (10)			10
Diversidad (10)			7
Singularidad (10)			7
Subtotal			58
SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)
			6
TOTAL			64



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	24/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	LA PLAZA DEL DIABLO				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Siachoque		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Cormechoque arriba				
1.5. Administrador o Propietario	N/A				
1.6. Dirección/Ubicación	Cormechoque arriba				
1.7. Teléfono/Fax	N/A				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	Féreo
				Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Se debe ingresar el ascenso a pie o en bicicleta, pasando por la ruta que lleva a Guaticha				
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción:	Es un gran colchón de musgo donde retiene agua para surtir a la quebrada				
de la cual se toma el agua para el acueducto de las veredas Cormechoque arriba, Cormechoque abajo y Guatichá, se puede apreciar flora como musgo, frailejón, arrayán, tunos, encenillo, chite, orquídeas y fauna como venados, truchas, tinajos, por su ecosistemas es propicio para la practica de ciclomontañismo					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)					8
Sin contaminación del agua (10)					9
Sin contaminación visual (10)					8
Estado de conservación (10)					9
Sin contaminación sonora (10)					9
Diversidad (10)					8
Singularidad (10)					8
Subtotal					59
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6
TOTAL					65
					
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte		Fecha	24/03/2018

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre		LA MANA DE SAN JUAN									
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio			Siachoque					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad		Firaya									
1.5. Administrador o Propietario		N/A									
1.6. Dirección/Ubicación		Limite de la vereda Firaya con Tocavita norte									
1.7. Teléfono/Fax		N/A									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)				1.9. Tipo de Acceso							
				Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Ferreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:		Limite de la vereda Firaya con Tocavita norte									
2. CARACTERÍSTICAS											
2.1. Código Asignado											
2.2. Descripción:		Es un nacimiento de agua que surte el acueducto del casco urbano de las veredas Firaya y Centro, apta para practicas de senderismo									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN											
CALIDAD								PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)								8			
Sin contaminación del agua (10)								8			
Sin contaminación visual (10)								7			
Estado de conservación (10)								8			
Sin contaminación sonora (10)								8			
Diversidad (10)								6			
Singularidad (10)								6			
Subtotal								51			
SIGNIFICADO											
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6			
TOTAL								57			



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	24/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PIEDRAS DE CATACA						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Siachoque				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Firaya y Tocavita						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Limite de la vereda Firaya con Tocavita						
1.7. Teléfono/Fax:	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Féreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	por la carretera que conduce a el puente						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	contienen inscripciones indígenas y rasgos egipcios						
Las piedras hacen que se forme un repesamiento en la quebrada Fireya y permite la exploracion del habitat mediante caminatas							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						8	
Sin contaminación del agua (10)						9	
Sin contaminación visual (10)						8	
Estado de conservación (10)						7	
Sin contaminación sonora (10)						8	
Diversidad (10)						7	
Singularidad (10)						7	
Subtotal						54	
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						8	
TOTAL						60	
							
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		24/03/2018

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	LOS VERDES								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Siachoque				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tocavita								
1.5. Administrador o Propietario	N/A								
1.6. Dirección/Ubicación	Costado sur de la vereda								
1.7. Teléfono/Fax	N/A								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso							
		Terrestre	X	Acuático	Ferroo	Aéreo			
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la calle que lleva a la plaza, seguir derecho hacia el sur y tomar la vifurcacion a la planicie								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado									
2.2. Descripción:	Una serie de pantanos, entre los que se encuentra el pantano colorado								
o el llano grande, del que nace el rio la caña y es afluente del rio Siachoque									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD								PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)								8	
Sin contaminación del agua (10)								9	
Sin contaminación visual (10)								8	
Estado de conservación (10)								9	
Sin contaminación sonora (10)								9	
Diversidad (10)								7	
Singularidad (10)								6	
Subtotal								56	
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6	
TOTAL								62	
									
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		24/03/2018		

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARAMO DE CORTADERAS						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Siachoque		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Tocavita						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Tocavita						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:		Cerca al sitio conocido como los verdes					
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:		Sitio amplio y vegetativo, ideal para acampar y realizar variedad de actividades ecológicas					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD							PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)							9
Sin contaminación del agua (10)							9
Sin contaminación visual (10)							9
Estado de conservación (10)							8
Sin contaminación sonora (10)							9
Diversidad (10)							8
Singularidad (10)							8
Subtotal							60
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	12
TOTAL							72



Diligenciado por	Geraldine Torres Duarte	Fecha	24/03/2018
------------------	-------------------------	-------	------------

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS

FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL -PATRIMONIO MATERIAL

Bienes Culturales, Inmuebles y Muebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARAMO DE SIACHOQUE						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Siachoque		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Jose						
1.5. Administrador o Propietario	N/A						
1.6. Dirección/Ubicación	Tocavita						
1.7. Teléfono/Fax	N/A						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático	Ferreó	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Afuera del casco urbano de la vereda						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:	Sitio amplio y vegetativo, ideal para acampar y realizar variedad de actividades ecologicas						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD						PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)						8	
Sin contaminación del agua (10)						9	
Sin contaminación visual (10)						8	
Estado de conservación (10)						8	
Sin contaminación sonora (10)						9	
Diversidad (10)						8	
Singularidad (10)						7	
Subtotal						57	
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	
						12	
TOTAL						69	
							
Diligenciado por		Geraldine Torres Duarte			Fecha		24/03/2018

Anexo 4

Entrevista no estructurada

Realizada a Maritza Martínez (Ingeniera agrónoma de la alcaldía de Siachoque)

Entrevistador: Buen día señora Maritza, ¿qué tan importante es el desarrollo agrícola de Siachoque, frente a otros municipios de Boyacá?

Entrevistado: Mucho, este municipio es principalmente de sustento agrícola y ganadero, la mayor parte de los habitantes son personas dedicadas labores relacionadas con el campo, y en los últimos años se ha incursionado en temas de cosechas en invernaderos para algunos productos que tienden a ser más sensibles en términos climáticos.

Entrevistador: ¿Considera usted que los agricultores del municipio, estarían interesados en el agroturismo?

Entrevistado: No sabría decirle, porque eso puede generar que ellos cambien ciertas costumbres que ya tienen establecidas, pero si le aseguro que tal como le dije anteriormente, el sector agro tiene un fuerte impacto en la economía local y factores como el clima, como el alza de los precios muchas veces impide que se puedan cubrir los gastos básicos de las personas, así que si el agroturismo, ofrece esa alternativa de ganar más dinero, sería muy tentador para los habitantes del municipio

Entrevistador: Podría indicarme por favor ¿cuáles son las fincas con mejores disposiciones por hospitalidad e infraestructura?

Entrevistado: Si bueno, José Pardo es el dueño de una finca en la Cormechoque bajo, es espaciosa y tiene cultivos de invernadero, y ahí enseguida está la de Julio Moreno y José, no me acuerdo el apellido, pero queda justo pasando la de José Pardo, y ya pues si quieren ir a la Juruvita a 15 minutos de aquí está la de la señora Miriam Hernández, que También es grande.

Anexo 5

Cotización Escoltur




Escoltur Ltda.
Servicios Escolares Especiales y de Turismo.
Nit: 820.000.800-0

Tunja 4 DE Mayo de 2018.

Señora
GERALDINE TORRES
Ciudad

ASUNTO: Cotización Transporte.

Es para nuestra empresa es un gusto poner a su disposición la propuesta de Servicio de Transporte, de acuerdo al cronograma suministrado por ustedes, el cual se realizará en vehículos de servicio especial y de turismo, cumpliendo con los requisitos exigidos por el Ministerio de Transporte.

El servicio está garantizado por su cumplimiento, responsabilidad y calidad en total disposición.

DIAS	SALIDA	RECORRIDO	LLEGADA	PASAJEROS	VEHICULO	VALOR
19 DE MAYO Y 20 DE MAYO 2018	BOGOT A	BOGOTA SAMACA BIACHOQUE BOGOTA	23 DE MAYO DE 2018	11 PAX	MICROBUS	\$850.000

VALOR TOTAL COTIZACION OCHOCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/C (\$850.000)

La presente cotización tiene validez de 30 días.

Atentamente,



CARLOS LEONARDO GAMBA PUERTO
Representante Legal
CC. 7.176.950 de Tunja



Escoltur Ltda
Nit: 820.000.800-0
Teléfono: 7428283 Tunja

CARRERA 12A No 2A - 44 tel 7428283 cel 3132919974 -3103217105
escoltur Ltda@gmail.com

Anexo 6

Cotización Guía de turismo Mauricio Buitrago

COTIZACION GUIA DE TURISMO

PARA LUZ ALEXANDRA VELA PINEDA

C.C 1019064298

DE : Rendel Mauricio Buitrago Sánchez

CC N°: 74.371.324

RNT: 56511

TELEFONO 3102438771

DIRECCION CRA 16 N 53 -50 TORRE B APTO 304 Tunja – Boyacá

LA SUMA DE \$ 160.000 de Pesos m/cte. (Ciento sesenta mil pesos m/cte.)

POR CONCEPTO DE: Recorrido natural "La plaza del diablo"

Es un gran colchón de musgo en el cual se puede apreciar flora como musgo, fauna y flora propias de páramos por su ecosistema.

Realizado para 10 personas en el municipio de Siachoque Boyacá, brindando el conocimiento del atractivo natural.

CIUDAD Y FECHA: Bogotá 06 Mayo 2018



Rendel Mauricio Buitrago Sánchez

74.371.324

Anexo 7

Cotización seguro de viaje Colasistencia



Propuesta comercial

*El iva corresponde al 12% del producto que tiene servicios gravables

**El Pasajero Extranjero tiene la opción de escoger Colasistencia Total o Colasistencia Extremo, para mayor cobertura puede adquirir Colasistencia Extranjeros o Colasistencia Extranjeros Extremo.

Beneficios Adicionales

- Aplica para Colombianos y extranjeros
- No tenemos límite de edad
- Única compañía especializada en Colombia
- Coberturas amplias para cada tipo de evento
- Poseemos la red mas amplia de prestadores de servicios de salud para dar una atención oportuna, en servicios como clínicas, compañía de ambulancia entre otros.
- El 100% de nuestros esfuerzos están encaminados a fortalecer una infraestructura nacional

Producto	Tarifa por día por pasajero
COLASISTENCIA TOTAL	\$2.038
COLASISTENCIA TOTAL EXTREMO	\$3.058
COLASISTENCIA VUELO	\$3.568
COLASISTENCIA BUCEO	\$3.568
**COLASISTENCIA EXTRANJEROS	\$2.548
**COLASISTENCIA EXTRANJEROS EXTREMO	\$5.096

Quedo a la espera de sus comentarios
Cordial saludo

www.colasistencia.co

“Única compañía de asistencia
Especializada en Colombia”

OFERTA COMERCIAL

Anexo 8

Encuesta

ENCUESTA

Las siguientes preguntas son realizadas por estudiantes de hotelería y turismo pertenecientes a décimo semestre de la Universitaria Agustiniiana, para el desarrollo del trabajo de grado.

Edad:

País de residencia:

Genero:

1. Califique a Boyacá de 1 a 5 como destino turístico. Siendo 1 poco interesante y 5 muy interesante

1	2	3	4	5

2. ¿Conoce cuáles son los principales productos agrícolas de Boyacá?
 a. Si ___
 b. No ___
3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto turístico, que incluya alimentación, transporte y hospedaje, desarrollado en Boyacá y que gire en torno al cultivo agrícola?
 a. Menos de \$ 200.000
 b. \$ 200.000 - \$ 250.000
 c. \$ 251.000 - \$ 300.000
 d. Más de \$ 300.000
4. ¿Ha practicado alguna vez actividades turísticas en las cuales usted ha hecho parte integral del proceso de un alimento?
 a. Si ___
 b. No ___
5. ¿Qué tipo de turismo es el que más le gusta practicar?
 a. Turismo de aventura
 b. Turismo cultural

- c. Turismo religioso
 d. Turismo de negocios
6. ¿Con qué frecuencia viaja usted?
 a. Semanal
 b. Mensual
 c. Semestral
 d. Anual
7. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere?
 a. Hotel
 b. Cabaña
 c. Camping
 d. Aparta hotel
8. ¿Le gustaría que la alimentación se brindará en fincas agricultoras, para conocer los platos típicos del departamento?
 a. Si ___
 b. No ___
9. ¿Qué tipo de transporte prefiere?
 a. Autobús
 b. Motocicleta
 c. Tren
 d. Automóvil
10. ¿Le gustaría participar en un tipo de turismo en el cual usted pueda involucrarse en las actividades agrícolas de la región y conocer los principales platos con base en esos cultivos?
 a. Si ___
 b. No ___

Anexo 9

Tabla de codificación encuestas

<i>Tabla de codificación</i>			
<i>Número Pregunta</i>	<i>Identificador</i>	<i>Opción</i>	<i>Código</i>
1	Edad (E)	18 -28	1
		29 - 39	2
		40- 50	3
		51 - 61	4
		62 - 72	5
		Más de 73	6
2	Genero (G)	Femenino	1
		Masculino	2
		Otro	3
3	País de residencia (PR)	Colombia	1
		Argentina	2
		Brasil	3
		Ecuador	4
		Panamá	5
		Perú	6
		Uruguay	7
		Venezuela	8
		Bolivia	9
4	Calificación destino (CD)	1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
5	Productos agrícolas (PA)	Si	1
		No	2
6	Practica agroturismo (PRA)	Si	1
		No	2
7	Preferencia turística (PT)	Cultural	1
		Naturaleza	2
		Negocios	3
		Religioso	4
8	Frecuencia de viaje (FV)	Semanal	1

		Mensual	2
		Semestral	3
		Anual	4
9	Tipo de alojamiento (TA)	Aparta Hotel	1
		Camping	2
		Finca	3
		Hotel	4
10	Tipo de alimentación (TAL)	Si	1
		No	2
11	Tipo de transporte (TT)	Autobús	1
		Automóvil	2
		Motocicleta	3
		Van	4
12	Precio (P)	\$200.000 a \$300.000	1
		\$300.001 a \$400.000	2
		Más de \$400.000	3
		Menos de \$200.000	4
13	Le gustaría practicar agroturismo (GPA)	Si	1
		No	2

Anexo 10

Tabla de tabulación encuestas

#	E	G	PA	CD	PA	PRA	PT	FV	TA	TAL	TT	P	GPA
1	1	2	1	2	1	2	2	4	4	1	2	1	2
2	1	2	1	3	1	2	2	4	2	2	2	2	2
3	1	2	1	5	1	2	1	3	3	1	2	2	1
4	1	2	1	4	1	1	1	3	4	1	2	1	1
5	1	2	1	5	1	1	3	3	4	2	2	2	1
6	1	2	1	4	1	2	3	4	2	2	4	3	2
7	1	2	1	4	1	1	3	3	2	2	4	4	2
8	1	2	1	4	1	2	1	1	3	2	3	1	1
9	1	2	1	5	1	2	1	4	3	1	3	1	1
10	1	2	1	4	2	2	1	4	2	2	3	4	2
11	1	2	7	4	1	2	2	2	3	1	4	2	1
12	1	1	1	4	2	2	2	1	3	2	4	2	2
13	1	2	1	5	1	2	1	4	2	2	2	1	1
14	1	2	2	4	1	2	1	3	4	1	4	2	1
15	1	2	1	5	2	2	1	2	2	2	3	1	2
16	1	1	1	5	1	2	2	3	4	1	4	1	2
17	1	1	1	2	2	2	2	4	2	1	4	4	2
18	1	2	1	4	2	2	2	3	3	1	2	1	1
19	1	2	1	4	1	2	1	3	4	1	2	2	1
20	1	2	1	4	2	2	2	2	2	1	4	1	2
21	1	2	1	5	1	1	4	3	1	1	4	1	1
22	1	2	1	4	1	2	1	3	4	1	2	2	1
23	1	2	1	5	1	2	1	2	2	1	2	3	1
24	1	2	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	2
25	1	1	1	3	2	2	2	3	1	2	4	1	2
26	1	2	1	4	1	2	1	3	4	1	2	3	2
27	1	2	1	4	1	1	1	4	4	1	2	1	1
28	1	1	1	4	2	2	1	4	2	1	2	1	2
29	1	2	1	5	1	2	2	3	1	1	2	3	1
30	1	2	1	4	1	2	2	2	4	1	4	1	1
31	1	2	1	3	2	2	4	4	4	1	4	2	1
32	1	2	8	3	2	2	1	4	3	1	4	4	1
33	1	2	1	5	1	1	2	3	3	1	4	3	1
34	1	2	1	4	1	2	4	3	3	1	4	1	1
35	1	2	5	5	1	2	1	4	4	1	2	2	1

36	1	2	1	4	2	2	1	4	4	1	4	1	2
37	1	2	1	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1
38	1	2	1	4	2	2	1	3	2	1	3	1	2
39	1	1	1	3	2	2	1	4	4	1	4	1	2
40	2	2	1	5	1	1	1	4	4	1	1	2	1
41	2	2	1	5	1	2	2	3	3	1	2	1	1
42	2	1	1	3	2	2	1	4	4	2	3	1	2
43	2	2	1	5	2	1	2	2	3	1	2	1	1
44	2	2	8	4	2	2	2	3	4	1	2	4	1
45	2	2	1	2	2	1	4	3	3	1	1	1	2
46	2	2	1	5	1	2	1	3	4	1	2	1	1
47	2	2	1	3	2	2	2	1	4	1	3	2	1
48	2	2	1	4	2	2	4	2	4	2	1	1	2
49	2	2	1	4	1	1	2	2	3	1	1	1	1
50	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1
51	2	2	1	3	1	2	4	2	4	1	1	2	1
52	2	2	1	5	1	2	1	4	4	1	2	2	1
53	2	2	6	3	2	2	1	3	4	1	4	2	1
54	2	2	1	3	1	2	4	4	4	1	1	2	1
55	2	2	1	4	1	2	2	4	4	1	1	1	2
56	2	2	1	4	1	1	2	1	2	2	1	4	2
57	2	2	1	5	1	1	1	2	3	1	4	2	1
58	2	2	1	5	1	2	1	4	4	1	2	2	1
59	2	2	1	5	2	2	2	2	2	1	1	2	1
60	2	2	1	5	1	1	1	3	3	1	4	2	1
61	2	3	1	4	1	2	2	3	2	1	4	2	1
62	2	2	9	3	2	2	3	4	4	2	4	1	2
63	2	2	9	4	2	2	3	4	4	2	4	1	2
64	2	2	1	4	1	2	2	2	4	1	2	1	1
65	2	1	1	5	2	1	4	2	3	1	4	4	2
66	2	2	1	4	1	2	1	3	2	1	2	3	1
67	2	2	1	4	1	1	2	2	3	1	1	4	1
68	2	1	1	5	1	1	2	2	4	1	2	1	1
69	2	2	1	5	1	2	2	4	3	1	2	1	1
70	2	1	1	4	1	2	2	1	3	2	2	4	2
71	2	2	1	5	2	2	2	3	3	2	2	4	2
72	2	2	1	4	2	2	3	3	4	2	2	1	1
73	2	1	1	4	2	2	4	3	3	1	2	2	1
74	2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	4	1	1
75	2	1	3	4	1	2	2	4	2	1	4	2	1
76	2	2	1	5	1	2	1	2	3	1	3	2	1

77	2	2	1	5	1	1	2	3	2	1	1	2	1
78	2	2	2	5	1	2	1	3	3	1	1	2	1
79	2	1	1	4	1	1	3	2	2	1	2	3	1
80	2	2	1	4	1	1	2	4	3	1	3	1	1
81	2	1	1	4	1	1	2	3	3	1	1	2	1
82	2	1	1	5	1	2	1	4	3	1	4	1	1
83	2	2	1	4	1	2	2	4	4	1	2	1	1
84	2	2	2	4	1	2	1	3	3	1	4	2	1
85	2	2	4	3	2	2	3	4	4	1	4	1	2
86	2	1	1	4	1	2	4	4	2	1	1	2	1
87	2	1	1	5	1	2	2	4	3	1	2	1	1
88	2	1	1	3	1	2	2	4	4	1	4	1	1
89	2	2	1	4	1	1	2	4	2	1	1	4	1
90	2	2	1	4	1	1	3	3	3	1	2	3	1
91	2	1	1	3	2	2	4	4	1	2	1	1	2
92	2	2	1	4	1	2	1	4	1	1	2	1	2
93	2	2	1	5	1	1	2	4	3	1	4	2	1
94	2	1	1	5	1	1	1	2	2	1	3	1	1
95	2	1	1	5	1	2	1	3	3	2	4	1	1
96	2	2	1	4	1	1	2	2	3	1	1	1	1
97	2	1	8	3	2	2	1	4	4	1	1	4	1
98	2	1	1	4	1	1	4	2	3	1	3	1	1
99	2	2	1	4	1	1	1	1	4	1	1	4	1
100	2	2	1	4	1	2	1	2	4	1	2	3	1
101	2	1	1	4	1	2	2	1	4	1	4	4	1
102	2	2	1	3	1	1	1	4	3	1	4	4	2
103	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	1	1
104	2	1	1	2	1	2	3	3	4	1	2	4	2
105	2	1	6	4	1	2	1	2	1	1	2	2	1
106	3	2	1	5	1	2	1	2	3	1	3	2	2
107	3	2	1	4	1	2	1	4	2	1	2	2	1
108	3	2	1	4	1	2	2	1	2	1	4	1	1
109	3	1	1	5	1	2	2	1	2	1	4	1	1
110	3	1	1	4	1	2	2	1	2	1	4	1	1
111	3	1	1	5	1	2	2	1	2	1	4	1	1
112	3	2	6	4	1	2	2	2	3	1	2	2	1
113	3	1	1	5	1	2	2	2	3	1	2	2	1
114	3	2	1	4	1	1	1	3	4	1	4	2	1
115	3	2	1	3	1	2	1	3	4	1	4	1	1
116	3	2	1	4	1	1	1	3	4	1	1	1	1
117	3	2	1	4	1	1	1	3	3	1	1	1	1

118	3	1	1	4	1	2	2	4	3	1	1	1	1
119	3	2	1	4	1	2	4	3	4	1	4	2	1
120	3	1	1	3	1	2	4	4	3	1	1	4	1
121	3	2	1	4	1	2	2	3	3	1	4	1	1
122	3	2	2	4	1	2	1	4	3	1	2	2	1
123	3	2	1	4	1	2	2	4	3	1	4	3	1
124	3	1	1	4	1	1	2	4	2	1	3	1	1
125	3	2	1	4	1	2	2	3	4	2	2	3	1
126	3	1	1	4	1	1	2	4	2	1	3	1	1
127	3	2	1	4	1	2	2	3	4	2	2	3	1
128	3	1	1	5	1	2	1	4	3	1	1	1	1
129	3	1	1	5	1	1	4	4	3	1	2	4	1
130	3	1	1	5	1	2	2	4	3	1	1	1	1
131	3	2	1	4	1	1	1	3	1	1	1	4	1
132	3	1	1	4	2	2	1	2	4	1	1	2	1
133	3	1	1	4	1	2	2	3	3	1	2	2	1
134	3	1	1	4	1	2	1	3	3	1	1	4	1
135	3	1	1	5	1	2	2	3	3	1	2	2	1
136	3	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1
137	3	1	1	5	1	2	4	3	3	1	1	1	1
138	3	1	1	4	1	2	2	3	3	1	2	2	1
139	3	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1
140	3	1	1	2	1	2	4	3	3	1	1	1	1
141	3	1	1	4	1	2	2	3	3	1	2	2	1
142	3	2	1	5	1	2	1	1	2	1	2	2	1
143	3	2	1	4	1	1	1	2	2	1	1	1	1
144	3	2	1	4	1	2	1	3	4	1	4	2	1
145	3	2	4	4	2	2	3	4	1	2	4	3	1
146	3	1	1	3	1	2	4	3	2	1	3	4	1
147	3	2	1	4	1	2	2	2	2	1	4	2	1
148	3	3	1	4	1	1	2	4	2	1	1	1	1
149	3	1	1	5	1	2	2	4	3	1	1	3	1
150	3	1	1	4	1	2	4	4	4	1	4	1	1
151	3	1	1	4	1	2	1	3	3	1	4	1	1
152	3	1	1	5	1	2	2	4	3	1	2	1	1
153	3	1	1	5	1	2	1	4	3	1	2	1	1
154	3	1	1	4	1	1	2	1	4	1	2	4	1
155	3	2	1	4	1	1	4	3	4	1	2	2	1
156	3	1	1	4	1	1	2	1	4	1	4	1	1
157	3	2	1	4	1	1	4	3	4	1	2	2	1
158	3	1	1	4	1	1	2	1	4	1	4	1	1

159	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	4	3	1
160	3	1	1	4	1	2	1	4	3	1	2	2	1
161	3	2	1	5	1	1	2	3	2	1	3	4	1
162	3	2	1	3	1	2	3	4	3	1	2	1	1
163	3	1	1	4	1	2	1	4	2	1	2	2	1
164	4	2	1	5	1	1	1	2	3	1	4	2	1
165	4	2	1	3	1	2	3	4	3	1	2	1	1
166	4	1	1	4	1	2	1	4	2	1	2	2	1
167	4	2	1	2	1	1	1	2	3	1	4	2	1
168	4	2	1	4	1	1	2	4	4	1	4	2	1
169	4	2	1	4	1	2	1	4	4	1	4	2	1
170	4	2	1	5	1	1	2	4	3	1	1	2	1
171	4	1	1	3	1	2	3	1	2	1	2	2	1
172	4	1	1	5	1	2	2	3	3	1	1	2	1
173	4	2	1	4	1	2	2	4	4	1	1	1	1
174	4	1	1	3	1	2	1	4	3	1	3	1	1
175	4	2	1	4	1	1	1	3	4	1	1	2	1
176	4	1	1	3	1	2	2	4	3	1	1	4	1
177	4	2	1	4	1	1	1	3	1	1	2	1	1
178	4	1	1	5	1	1	3	3	3	1	1	4	1
179	4	2	1	3	2	2	4	3	3	1	2	2	1
180	4	2	1	4	2	1	1	3	2	2	3	2	2
181	4	1	1	5	2	1	1	2	2	1	3	2	1
182	4	2	1	5	1	2	2	4	3	1	4	1	1
183	4	1	1	5	1	2	2	4	3	1	1	4	1
184	4	1	1	5	1	2	2	4	3	1	1	4	1
185	4	2	6	5	1	2	1	4	3	1	2	2	1
186	4	1	4	4	1	2	1	3	3	1	4	2	1
187	4	1	1	5	2	2	1	3	4	1	1	1	1
188	4	2	1	5	1	1	3	2	3	1	4	2	1
189	4	1	1	4	1	2	2	4	4	1	4	1	1
190	4	2	1	1	1	2	2	2	3	1	4	1	1
191	4	2	1	4	1	2	2	4	4	1	4	4	1
192	4	1	7	3	1	2	2	4	3	1	2	4	1
193	4	1	1	4	1	1	4	4	3	1	4	2	1
194	4	1	1	4	1	2	3	4	1	1	2	1	1
195	4	1	1	3	1	2	4	4	4	1	2	2	1
196	4	2	1	4	1	2	1	3	3	1	4	2	1
197	4	1	6	3	2	2	2	3	4	1	4	2	1
198	4	1	1	5	1	2	2	4	3	1	2	1	1
199	4	1	1	4	2	2	4	1	2	1	1	4	2

200	4	2	7	4	1	1	1	3	3	1	4	1	1
201	4	2	1	5	1	1	1	3	3	1	4	1	1
202	4	2	1	3	1	1	1	3	3	1	4	1	1
203	4	1	1	4	1	2	2	2	3	1	2	1	1
204	4	2	1	4	1	2	2	4	4	1	1	1	1
205	4	1	1	5	1	2	2	4	3	1	2	1	1
206	4	2	1	3	1	2	2	4	4	1	1	1	1
207	4	1	1	4	1	2	2	4	3	1	2	1	1
208	4	2	1	2	1	2	2	4	4	1	1	1	1
209	4	1	2	5	1	1	1	3	3	1	3	2	2
210	4	2	8	5	1	1	1	4	3	2	3	3	1
211	4	1	1	5	1	1	2	2	4	2	4	3	1
212	4	1	1	5	1	1	2	2	4	2	4	3	1
213	4	1	1	5	1	1	2	3	3	1	2	1	1
214	4	1	1	3	1	2	1	3	3	1	2	4	1
215	4	2	1	4	1	1	2	4	3	1	1	2	1
216	4	2	1	4	1	2	1	4	4	1	4	2	1
217	4	1	1	5	1	1	1	4	4	1	4	2	1
218	4	1	6	4	2	2	1	4	4	1	4	2	1
219	4	2	1	5	1	1	4	3	3	1	1	2	1
220	4	1	1	4	1	1	4	4	3	1	4	1	1
221	4	1	1	4	1	2	2	4	4	1	4	1	1
222	4	2	1	4	1	1	2	3	3	1	4	2	1
223	5	1	1	4	1	2	2	4	3	1	2	1	1
224	5	1	8	4	1	1	4	4	4	1	3	2	1
225	5	1	1	5	1	2	2	4	3	1	4	2	1
226	5	2	1	3	1	2	1	3	1	1	2	1	1
227	5	2	1	4	1	2	1	3	1	1	2	1	1
228	5	2	1	4	1	1	1	3	4	1	4	2	1
229	5	2	6	4	2	2	2	4	4	1	1	2	1
230	5	1	1	4	1	1	4	4	3	1	4	1	1
231	5	1	1	3	1	1	4	4	3	1	4	1	1
232	5	2	1	4	1	1	1	3	3	1	1	2	1
233	5	2	1	4	1	2	1	4	3	1	1	1	1
234	5	1	1	3	1	2	1	4	3	1	4	1	1
235	5	1	1	4	1	2	1	4	3	1	1	2	1
236	5	1	1	4	1	1	2	4	3	1	1	2	1
237	5	2	1	3	1	2	4	4	4	1	2	1	1
238	5	2	1	4	1	1	2	3	3	1	1	2	1
239	5	1	1	5	1	1	2	4	3	1	1	2	1
240	5	2	1	3	1	2	4	4	4	1	2	1	1

241	5	2	1	4	1	1	2	3	3	1	1	2	1
242	5	1	1	2	1	1	2	4	3	1	1	2	1
243	5	2	1	1	1	2	4	4	4	1	2	1	1
244	5	1	1	5	1	2	2	4	4	1	2	2	2
245	5	2	1	1	2	2	1	3	4	2	2	3	2
246	5	1	1	4	1	2	2	4	4	1	2	2	2
247	5	2	1	3	1	2	1	3	4	1	2	3	1
248	5	1	1	2	1	2	2	4	4	1	2	2	1
249	5	2	1	5	1	2	1	3	4	1	2	3	1
250	5	1	1	4	1	2	2	4	4	1	2	2	1
251	5	2	1	4	1	2	1	3	4	1	2	3	1
252	5	1	1	5	1	2	2	4	4	1	2	2	1
253	5	2	1	2	1	2	1	3	4	1	2	3	1
254	5	2	1	3	1	2	4	3	4	1	2	3	1
255	5	2	1	4	1	2	4	2	1	1	3	1	1
256	5	1	1	5	1	2	2	4	1	1	3	1	1
257	5	1	6	3	1	2	1	1	4	1	3	2	1
258	5	1	4	4	1	2	3	2	3	1	4	2	1
259	5	1	4	5	1	2	2	4	2	1	4	4	1
260	5	2	7	2	1	2	2	3	2	1	2	1	1
261	5	2	1	4	1	2	4	1	1	1	1	2	1
262	5	1	1	3	1	2	3	1	3	1	1	4	1
263	5	2	1	4	1	2	1	2	4	1	3	4	1
264	5	1	1	3	1	2	1	4	2	1	4	2	1
265	5	1	1	3	1	1	2	4	3	1	1	1	1
266	5	1	1	2	1	1	3	4	3	1	1	1	1
267	5	2	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1
268	5	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
269	5	2	1	5	1	2	2	3	4	1	2	3	1
270	5	1	1	3	1	1	2	3	4	1	2	2	2
271	5	2	1	3	1	1	1	2	4	1	4	1	1
272	5	1	1	4	1	2	3	3	3	1	4	3	1
273	5	1	2	2	1	1	4	2	1	1	2	2	2
274	5	2	1	4	1	1	1	4	4	1	2	1	1
275	5	1	6	3	1	1	2	4	3	1	4	4	1
276	5	2	1	3	2	1	1	3	4	1	4	2	2
277	5	1	1	4	1	2	2	2	2	1	4	4	1
278	5	1	1	3	1	2	1	3	1	1	4	2	1
279	5	2	1	5	1	1	2	3	3	1	4	2	1
280	5	1	1	5	1	2	2	2	2	1	4	4	1
281	5	1	1	4	1	2	1	3	1	1	4	2	1

282	5	2	1	3	1	1	2	3	3	1	4	2	1
283	5	1	1	4	1	2	2	2	2	1	4	4	1
284	5	1	1	5	1	2	2	3	3	1	2	1	1
285	5	1	1	3	2	2	4	1	3	1	1	3	2
286	5	2	1	4	1	2	2	4	3	1	4	2	1
287	5	2	1	3	1	2	1	3	3	1	1	1	1
288	5	1	1	3	1	1	2	4	3	1	1	4	1
289	5	2	1	3	1	2	2	4	4	1	4	1	1
290	5	1	1	3	1	2	2	4	3	1	4	4	1
291	5	2	1	3	1	2	1	4	4	1	2	1	1
292	5	1	1	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1
293	5	2	1	4	1	2	4	2	2	1	1	1	2
294	5	1	1	5	1	2	2	3	2	1	1	2	1
295	5	2	1	3	1	2	2	3	3	1	4	2	1
296	5	1	1	4	1	2	1	4	3	1	4	2	1
297	5	2	1	2	1	2	4	3	4	1	1	1	1
298	5	1	1	3	1	1	3	1	1	1	4	2	1
299	5	2	1	2	1	2	4	2	4	1	4	2	2
300	5	1	1	5	1	1	3	3	3	1	1	1	1
301	5	2	1	4	1	2	1	4	4	1	4	1	1
302	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	2	4	1
303	6	2	1	5	1	1	1	2	2	1	1	2	2
304	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	1	2	1
305	6	2	1	4	1	2	1	2	2	1	4	1	2
306	6	2	1	4	1	2	2	4	3	1	1	2	1
307	6	2	7	5	2	2	1	4	4	1	2	2	2
308	6	2	8	4	2	2	3	2	2	1	1	2	1
309	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
310	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	3	1
311	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
312	6	2	1	3	1	2	3	2	2	1	1	2	1
313	6	1	1	4	2	1	2	3	2	1	1	4	2
314	6	2	1	4	1	2	3	3	1	1	1	2	1
315	6	2	1	3	1	1	4	2	3	1	1	1	1
316	6	2	1	3	1	1	1	4	4	1	4	1	1
317	5	1	1	3	1	1	2	4	3	1	1	1	1
318	5	1	1	2	1	1	3	4	3	1	1	1	1
319	5	2	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1
320	5	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
321	5	2	1	5	1	2	2	3	4	1	2	3	1
322	5	1	1	3	1	1	2	3	4	1	2	2	2

323	5	2	1	3	1	1	1	2	4	1	4	1	1
324	5	1	1	4	1	2	3	3	3	1	4	3	1
325	5	1	2	2	1	1	4	2	1	1	2	2	2
326	5	2	1	4	1	1	1	4	4	1	2	1	1
327	5	1	6	3	1	1	2	4	3	1	4	4	1
328	5	2	1	3	2	1	1	3	4	1	4	2	2
329	5	1	1	4	1	2	2	2	2	1	4	4	1
330	5	1	1	3	1	2	1	3	1	1	4	2	1
331	5	2	1	5	1	1	2	3	3	1	4	2	1
332	5	1	1	5	1	2	2	2	2	1	4	4	1
333	5	1	1	4	1	2	1	3	1	1	4	2	1
334	5	2	1	3	1	1	2	3	3	1	4	2	1
335	5	1	1	4	1	2	2	2	2	1	4	4	1
336	5	1	1	5	1	2	2	3	3	1	2	1	1
337	5	1	1	3	2	2	4	1	3	1	1	3	2
338	5	2	1	4	1	2	2	4	3	1	4	2	1
339	5	2	1	3	1	2	1	3	3	1	1	1	1
340	5	1	1	3	1	1	2	4	3	1	1	4	1
341	5	2	1	3	1	2	2	4	4	1	4	1	1
342	5	1	1	3	1	2	2	4	3	1	4	4	1
343	5	2	1	3	1	2	1	4	4	1	2	1	1
344	5	1	1	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1
345	5	2	1	4	1	2	4	2	2	1	1	1	2
346	5	1	1	5	1	2	2	3	2	1	1	2	1
347	5	2	1	3	1	2	2	3	3	1	4	2	1
348	5	1	1	4	1	2	1	4	3	1	4	2	1
349	5	2	1	2	1	2	4	3	4	1	1	1	1
350	5	1	1	3	1	1	3	1	1	1	4	2	1
351	5	2	1	2	1	2	4	2	4	1	4	2	2
352	5	1	1	5	1	1	3	3	3	1	1	1	1
353	5	2	1	4	1	2	1	4	4	1	4	1	1
354	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	2	4	1
355	6	2	1	5	1	1	1	2	2	1	1	2	2
356	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	1	2	1
357	6	2	1	4	1	2	1	2	2	1	4	1	2
358	6	2	1	4	1	2	2	4	3	1	1	2	1
359	6	2	7	5	2	2	1	4	4	1	2	2	2
360	6	2	8	4	2	2	3	2	2	1	1	2	1
361	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
362	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	3	1
363	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1

364	6	2	1	3	1	2	3	2	2	1	1	2	1
365	6	1	1	4	2	1	2	3	2	1	1	4	2
366	6	2	1	4	1	2	3	3	1	1	1	2	1
367	6	2	1	3	1	1	4	2	3	1	1	1	1
368	6	2	1	3	1	1	1	4	4	1	4	1	1
369	5	1	1	3	1	1	3	1	1	1	4	2	1
370	5	2	1	2	1	2	4	2	4	1	4	2	2
371	5	1	1	5	1	1	3	3	3	1	1	1	1
372	5	2	1	4	1	2	1	4	4	1	4	1	1
373	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	2	4	1
374	6	2	1	5	1	1	1	2	2	1	1	2	2
375	6	2	1	3	1	2	2	4	3	1	1	2	1
376	6	2	1	4	1	2	1	2	2	1	4	1	2
377	6	2	1	4	1	2	2	4	3	1	1	2	1
378	6	2	7	5	2	2	1	4	4	1	2	2	2
379	6	2	8	4	2	2	3	2	2	1	1	2	1
380	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
381	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	3	1
382	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1
383	6	2	1	3	1	2	3	2	2	1	1	2	1
384	6	1	1	4	2	1	2	3	2	1	1	4	2