

**La floricultura como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de Tenjo,
Cundinamarca**

Ángela María Escobar Amorocho

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2019

**La floricultura como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de Tenjo,
Cundinamarca**

Ángela María Escobar Amorocho

Asesora del trabajo

Giovana Carolina Cárdenas Mora

Trabajo de grado para optar al título de Administración Hotelera y Turística

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C.

2019

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por darme la oportunidad de llegar hasta este punto de mi carrera, sin importar las dificultades que dieron en su momento logrando superarlas con éxito y aprendiendo de ellas.

Posteriormente agradezco a mis padres y a mis hermanos quienes fueron de gran ayuda durante todo este proceso. También a la profesora Giovana Carolina Cárdenas Mora quien siempre tuvo la mejor disposición como tutora.

Para finalizar quiero agradecer a la señora Mónica Castañeda (dueña del cultivo Flores Santo Tomás) y al señor Wilmer Quiñones (Gerente de proceso logístico y estadísticos de Sunshine Bouquet) por su excelente disposición ante las entrevistas realizadas para este trabajo, la información brindada y la amabilidad e interés con el que recibieron esta propuesta.

Resumen

El municipio de Tenjo es uno de los centros con mayor ejercicio de cultivos de flores en el departamento de Cundinamarca, no obstante, dicha actividad no está siendo potencializada para su desarrollo turístico. En vista de lo anterior, se destaca que Cundinamarca es el epicentro de la floricultura en el país, produciendo un 85%. Es por ello, que la Sabana de Bogotá se ha convertido en la zona con mayor desarrollo floricultor, constituyéndose desde hace varias décadas como uno de los sectores de la economía colombiana más importantes, teniendo presencia en mercados internacionales. Por lo tanto, el presente trabajo tiene como finalidad diseñar actividades de desarrollo turístico que fomente la floricultura con el turismo en el municipio de Tenjo. El cual pretende que tanto los turistas, como la comunidad tenjana encuentren una alternativa turística y económica mejorando la calidad de vida y promover la llegada de visitantes. Esta investigación nace debido a la necesidad de potencializar la actividad floricultora, siendo esta la mayor fuente de ingresos económicos en el municipio de Tenjo, a través del desarrollo turístico. Que permita no solo el reconocimiento del municipio, sino, promover dicha actividad y el ascenso económico, cultural y social de Tenjo. Este texto se encuentra desarrollado por una investigación cualitativa, donde se utilizaron herramientas tipo encuestas y entrevistas, donde se determina la carencia de proyectos que propongan la fusión la actividad floricultora con el turismo.

Palabras claves: Floricultura, Desarrollo, Turismo, Potencialidad y Economía.

Abstract

The municipality of Tenjo is one of the centers with the greatest exercise of flower cultivation in the department of Cundinamarca, however, this activity is not being potentiated for its tourist development. In view of the above, it is highlighted that Cundinamarca is the epicenter of floriculture in the country, producing 85%. It is for this reason that the Sabana de Bogotá has become the area with the greatest floricultural development, constituting for several decades as one of the most important sectors of the Colombian economy, having a presence in international markets. Therefore, this investigation aims to design tourism development activities that encourage floriculture with tourism in the municipality of Tenjo. Which aims that both tourists and the community find a tourist and economic alternative improving the quality of life and promote the arrival of visitors. This research was born due to the need to potentiate the floricultural activity, this being the main source of economic income in the municipality of Tenjo, through tourism development. That allows not only the recognition of the municipality, also promote this activity and the economic, cultural and social rise of Tenjo. This text is developed by qualitative research, where tools such as surveys and interviews were used, where the lack of projects that propose the merger of the floriculture activity with tourism is determined.

Keywords: Floriculture, Development, Tourism, Potentiality and Economy.

Tabla de contenidos

1. Introducción.....	12
2. Marcos de referencia.....	13
2.1 Marco teórico.....	13
2.1.1 Desarrollo turístico - Varisco	13
2.1.2 Turismo alternativo - Ibáñez y Cabrera.....	14
2.1.3 Teoría del desarrollo local y territorial – Quintero.....	15
2.1.4 Turismo y floricultura - Castañeda y Mancilla.....	15
2.2 Marco conceptual	17
2.3 Marco geográfico.....	18
2.4 Marco legal	19
2.4.1 Ley 300 de 1996	19
2.4.2 Planificación del turismo	19
2.4.3 Plan de desarrollo turístico sostenible de Tenjo, Cundinamarca.....	20
3. Planteamiento del problema	21
3.1 Formulación de la pregunta de investigación.....	22
3.2 Justificación	23
4. Objetivos.....	24
4.1 Objetivo general	24
4.2 Objetivos específicos	24
5. Metodología.....	25
5.1 Enfoque cualitativo.....	25
5.1.1 Características del enfoque cualitativo.....	25

5.2 Investigación descriptiva	25
5.3 Población y muestra	26
5.3.1 Tipos de muestras	26
6. Técnicas e instrumentos a aplicar según el objetivo específico	27
6.1 Clasificación por estructura y diseño.....	27
6.1.1 Entrevistas Estructuradas.....	27
6.1.2 Entrevistas semiestructuradas.....	27
6.1.3 Entrevistas no estructuradas o abiertas.....	28
7. Capítulo 1. Importancia de la floricultura como fuente de desarrollo turístico y económico en el Municipio de Tenjo.	30
7.1 Introducción.....	30
7.2 Potencialidad turística.....	30
7.3 La floricultura en Colombia	32
7.3.1 Panorama actual – datos estadísticos del sector floricultor	32
7.3.1 Historia de la floricultura en Colombia	35
7.3.2 Potencialidad de la floricultura en Colombia.	36
7.3.3 Otros lugares donde se trabaja la floricultura en Colombia.	37
7.3.4 La nueva marca de los floricultores.....	38
7.3.5 Ferias de flores extranjeras	38
7.4 Regiones donde se ha desarrollado en Colombia los procesos de turismo con floricultura.	39
7.4.1 Feria de las Flores.....	39
7.4.2 Ruta Antioqueña.....	40
7.5 Potencialidad en el municipio Tenjo.	41

7.5.1 Floricultura en el municipio de Tenjo.	42
7.5.2 Ferias y fiestas	42
7.6 Prestadores de servicios turísticos	43
7.7 Información obtenida de las encuestas realizadas.	48
8. Capítulo 2: Determinar el perfil del turista potencial orientado a la floricultura en el municipio	
52	
8.1 Introducción.....	52
8.2 Resultado de las encuestas.....	54
8.3 Perfil del turista	62
9. Capítulo 3 Propuesta de actividades turísticas de floricultura en los cultivos de Sarama	
(Sunshine Bouquet) y Flores Santo Tomás.	64
9.1 Introducción.....	64
9.2 Información sobre los cultivos.	64
9.1.1 Mapa de los cultivos.....	64
9.3 Actividades.	66
9.4 Costos de la operación.....	67
9.5 Comercialización de la propuesta.....	68
9.5.1 Realización y distribución del Brochure.	69
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	72
Referencias	73
Anexos.....	74

Lista de tablas

Tabla 1. Técnica e instrumentos.	27
Tabla 2. Técnica e instrumentos.	28
Tabla 3. Apoyos, incentivos y financiamiento.	34
Tabla 4. Restaurantes en Tenjo, Fuente: Punto de información Turística.	43
Tabla 5. Asaderos en Tenjo, Fuente: Punto de información Turística.	46
Tabla 6. Restaurantes de comida rápida en Tenjo, Fuente: Punto de información Turística.	46
Tabla 7. Postres en Tenjo, Fuente: Punto de información Turística.	47
Tabla 8. Perfil del turista.	62
Tabla 9. Actividades en los cultivos.	66
Tabla 10. Costos de transporte y refrigerio de la actividad.	67

Lista de figuras

Figura 1. Ciclo de vida del destino turístico.	15
Figura 2. Mapa político de Tenjo, Cundinamarca.	18
Figura 3. Datos estadísticos del sector floricultor en Colombia.	32
Figura 4. Datos sector floricultor colombiano.	33
Figura 5. Colombia se expande a nuevos mercados de flores.	35
Figura 6. Principales exportadores de flores en el mundo.	37
Figura 7. Proflora.	37
Figura 8. Feria de las flores, Medellín.	39
Figura 9. Ruta Antioqueña.	40
Figura 10. Vista Tenjo.	41
Figura 11. Logo Sunshine Bouquet.	48
Figura 12. Cuartos fríos de Sunshine Bouquet.	48
Figura 13. Cultivos de Sunshine Bouquet.	50
Figura 14. Productos finales Sunshine Bouquet.	51
Figura 15. Información general de Tenjo, Cundinamarca.	52
Figura 16. Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento.	53
Figura 17. Festival de flores.	54
Figura 18. Frecuencia de viaje.	55
Figura 19. Frecuencia de viaje.	55
Figura 20. Número de acompañantes de los turistas.	56
Figura 21. Número de acompañantes de los turistas.	56

Figura 22. Atractivos reconocidos de Tenjo.	57
Figura 23. Atractivos reconocidos de Tenjo.	57
Figura 24. Número de personas quienes les gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio.	58
Figura 25. Número de personas quienes les gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio.	58
Figura 26. Conocimiento de los turistas sobre el proceso de cultivo de flores.	59
Figura 27. Conocimiento de los turistas sobre el proceso de cultivo de flores.	59
Figura 28. Actividades de interés para los turistas en un cultivo de flores.	59
Figura 29. Actividades de interés para los turistas en un cultivo de flores.	60
Figura 30. Número de turistas quienes gustarían de realizar visitas guiadas por los cultivos en el municipio de Tenjo.	60
Figura 31. . Número de turistas quienes gustarían de realizar visitas guiadas por los cultivos en el municipio de Tenjo.	61
Figura 32. Cantidad de dinero que los turistas estarían dispuesto a pagar para esta actividad.	61
Figura 33. Cantidad de dinero que los turistas estarían dispuesto a pagar para esta actividad.	62
Figura 34. Mapa de veredas, municipio de Tenjo, Cundinamarca.	65
Figura 35. Logo del proyecto.	68
Figura 36. Brochure de información.	70

1. Introducción

El turismo en los últimos años se ha potencializado de muchas formas diferentes, logrando así ser una fuente económica para el país. Una de sus ramas, el ecoturismo, ha crecido de forma rápida durante muy poco tiempo. La OMT (2002) define el ecoturismo como “*Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en la zonas naturales*”.

El turismo se ha desarrollado como fuente de ingresos para el crecimiento económico, siendo este sector fuente de empleo e impulsor de actividades productivas. Asimismo, se han presentado impactos socioeconómicos como el valor que se le da ahora a la cultura, como también fomentar el cuidado del medio ambiente. Por otra parte, automatiza la recuperación de la identidad cultural de una región, no obstante, un intercambio cultural y modernización de las mismas. Siendo así, este estudio ponderará los impactos del desarrollo turístico a partir de la floricultura. Considerando esta como una alternativa de desarrollo para fomentar el sector turístico del cual carecer el municipio de Tenjo (Cundinamarca).

Ya que involucran aspectos ambientales que son el uso de forma adecuada de la naturaleza, educación apropiada para los turistas y los receptores, la privatización de algunos recursos naturales para la protección, conservación de los diferentes ecosistemas, el valor que tiene que darse a los recursos naturales, creación de reservas naturales, restauración de hábitad y la preservación de los parques naturales.

2. Marcos de referencia

2.1 Marco teórico

Para iniciar se debe tener en cuenta algunas teorías que ayudarán al proceso de desarrollo de este proyecto como lo son el desarrollo turístico, también algunas teorías del turismo alternativo, teorías del desarrollo territorial y como se han mezclado el turismo y la floricultura.

2.1.1 Desarrollo turístico – Varisco.

Se define como el mejoramiento de locaciones y servicios para satisfacer la necesidad de los visitantes, asimismo, generando una fuente de empleo como de ingresos para el crecimiento económico de un sector en específico (Citado por Varisco, 2008, pp.61).

Para Varisco (2008) el desarrollo turístico proporciona un factor socio-productivo, los receptores disfrutan los recursos de forma óptima, adicionalmente, impactando económicamente las actividades provenientes de los emisores de turismo. No obstante, no se da de forma homogénea en el espacio sino que se concentra en una zona determinada donde prevalecen atractivos tanto culturales como naturales. Por lo tanto, la autora afirma que el destino turístico se relaciona con el resultado de un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, donde se proporcionan recursos, equipamientos, infraestructura y servicios que permitan el desarrollo de la zona para el disfrute de los turistas generando experiencias gratificantes.

Es así, que el destino turístico se encuentra basado en el modelo de Richard Butler acerca del ciclo de vida del destino turístico:

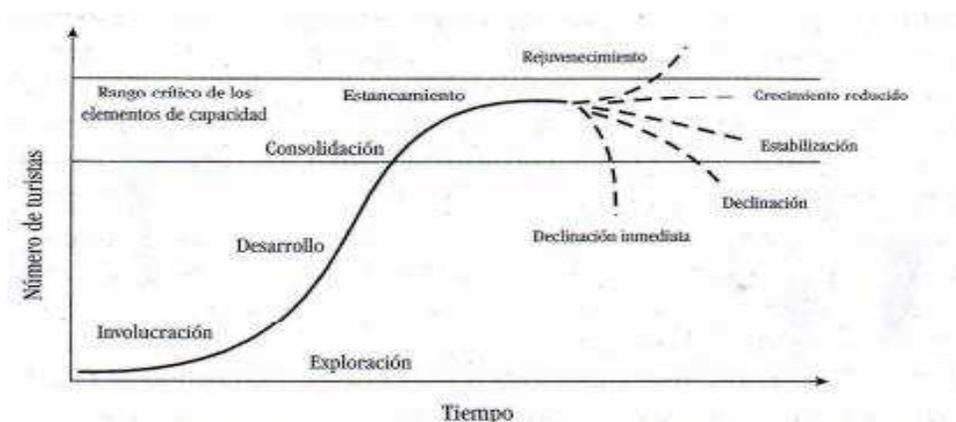


Figura 1. Ciclo de vida del destino turístico. Richard Butler (1980); extraído en Martínez (2005); Citado en Varisco (2008)

- Etapa de exploración: Proceso en el cual los turistas llegan al espacio generando un bajo impacto y hay escasa oferta.
- Etapa de involucramiento: La comunidad presta servicios e instalaciones que producen el incremento de turistas.
- Etapa de desarrollo: Entre mayor oferta de servicios, incrementa la demanda de turismo, produciendo impacto en la comunidad local, fomentando determinadas temporadas, donde los turistas aumentan la cantidad de residentes.
- Etapa de consolidación: El turismo ya se desarrolla como fuente de ingresos, Asimismo, demandando mayor cantidad de mano de obra capacitada. Convirtiéndose esta actividad en fuente de desarrollo del destino. Fomentando acciones que permitan aumentar y sostener el turismo de la zona.
- Etapa del estancamiento: Altos impactos ambientales, sociales y económicos. En donde se puede producir, ya sea, una pérdida de importancia del espacio o rejuvenecimiento aumentando el nivel de planificación.

2.1.2 Turismo alternativo - Ibáñez y Cabrera.

Ibáñez y Cabrera (2011) definen el turismo alternativo como el conjunto de actividades que se originan a partir de nuevas tendencias arraigadas a la sustentabilidad ante los impactos negativos que ocasiona el turismo tradicional. Siendo así, los turistas son conscientes de los daños e inequidad de determinados destinos turísticos los cuales han sido explotados excesivamente, presentando escasez de recursos naturales, pérdida de cultura y mala distribución de riquezas. Es así, como estas actividades deben proporcionar una alternativa equitativa al desarrollo económico de una comunidad, bajo el apoyo de empresas locales que tengan como objetivo la conservación del medio ambiente, proporcionando el bienestar y aumentando la calidad de vida de la población brindando una fuente de empleo e ingresos.

Por lo tanto, esta alternativa turística sugiere involucrar al turista en actividades que le permitan relacionarse con la naturaleza, la cultura e historia del lugar visitado. No obstante, el turismo alternativo cuenta con modalidades que tienen como objetivo la conservación de los ecosistemas e identidades culturales específicas del espacio, permitiendo tanto al local como al turista disfrutar de una interacción positiva. Adicionalmente, los autores plantean que el turismo alternativo se encuentra conformado por: Ecoturismo, siendo este un nuevo movimiento basado en viajes

responsables que conservan el entorno y bienestar de la comunidad local fomentando la educación y esparcimiento de la conservación y optimización de los recursos tanto para la comunidad como para el turista; Turismo de aventura, o turismo deportivo hace referencia a las actividades extremas dentro de un entorno ecológico; Turismo rural, es aquel que se realiza en zonas no urbanas destacando la cultura y la identidad de la zona a través de la prestación de servicios turísticos, complementándose con las actividades tradiciones.

2.1.3 Teoría del desarrollo local y territorial – Quintero.

Este modelo teórico es fundamentado a partir de una política liberal donde gestiona el desarrollo local por medio de incentivos políticos, institucionales, económicos y sociales, que busca el aprovechamiento de los recursos de un territorio específico y colectivo. Siendo así, la actividad turística sea desarrollada a nivel local para satisfacer las necesidades tanto de la comunidad local como de las expectativas de turistas.

Por lo tanto, este enfoque territorial surge de la necesidad de cambio para el progreso local incorporando innovación al cambio social, institucional y cultural por medio del desarrollo turístico. En vista de lo anterior, todos los actores sociales implementan nuevas prácticas enfocadas al aprovechamiento de un recurso en específico apoyadas de un sistema político de desarrollo económico territorial.

En vista de lo anterior, el desarrollo turístico requiere de incentivación política y económica que implemente un diseño institucional donde permita que la comunidad incorpore en su sistema económico una cultura innovadora, que permita desarrollar iniciativas propias aprovechando recursos autóctonos que satisfagan a consumidores extranjeros en aprovechamiento de estos.

2.1.4 Turismo y floricultura - Castañeda y Mancilla.

Castañeda y Mancilla (2017) proponen una ruta turística como alternativa de promoción en el estado de México. Dicha ruta, pretende buscar la mejora de la identidad, que permita brindar beneficios económicos a los residentes. Siendo así, las autoras plantean que la ruta turística junto con la florícola proporciona un contacto directo con los orígenes, procesos y las oportunidades que se dan en el municipio, además de permitir potencializar los recursos turísticos del municipio. Donde su investigación torna a los intereses específicos de la comunidad que permitan ofrecer y diversificar el turismo regional. Esto con el fin de generar oportunidades de emprendimiento como

negocios locales que contribuyan no solo con el desarrollo turístico, sino, para el mejoramiento de la calidad de vida, aumentando el valor cultural auténtico de la localidad.

En consecuencia, en el texto se argumenta que dichas rutas turísticas son implementadas en función de un producto de interés común, el cual debe ser incentivado para su consumo, siendo este un elemento que se da en abundancia para promover el desarrollo turístico y local. Por lo tanto, no solo se basa en una necesidad local sino en la satisfacción e incentivación de los consumidores externos.

Este estudio rectifica que el turismo y la floricultura implementados a partir de una ruta han contribuido al mejoramiento de la calidad de vida, mediante el uso de herramientas económicas, cuidado y preservación de la flora e implementación de procesos de sostenibilidad ambiental. Así mismo, permitiendo que los turistas tengan la oportunidad de conocer las atracciones turísticas, la gastronomía de la región fomentando la demanda en la zona.

2.2 Marco conceptual

En el marco conceptual se mostraran las definiciones de las palabras claves que componen el proyecto como lo son la floricultura, el turismo alternativo, el desarrollo turístico y la potencialidad turística.

De la floricultura se encuentran muy pocas referencias que incluyan teorías de varios autores, es por eso que gracias a una investigación general se define como una de las ramas de la horticultura que se encarga del estudio, manejo y mejoramiento de flores y plantas ornamentales.

Según el Instituto de Floricultura (2008), la floricultura es el desarrollo productivo, tecnológico económico, comercial y social de plantas ornamentales, donde no solo hace referencia a la actividad de cultivar flores y plantas y su comercialización. Adicionalmente, la floricultura incluye no solo plantas ornamentales, sino, de espacio público (árboles, arbustos, herbáceas), flores de corte, plantas en maceta (florales y de hojas), césped y plantas de jardines. Por lo tanto, se entiende que la floricultura se encarga de la producción comercial de follaje o de flores de corte, plantines para jardín, macetas, plantas florales, y la producción de bulbos y semillas.

Mientras que el turismo alternativo es definido por Smith y Eadington, como *“Las formas de turismo que son consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados y hace que merezca la pena compartir experiencias”* (1994, p. 3). Adicionalmente los autores clasifican el turismo alternativo en turismo cultural, étnico, rural, ecoturismo, entre otros.

Por otro lado se encuentra el desarrollo turístico el cual la Organización mundial de turismo OMT, a partir del informe de Brundtland, lo define como *“El que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo los sistemas que sostienen la vida”* (1993, p. 22).

Para finalizar el potencial turístico es definido como la suma de posibilidades que el ambiente natural y social pone a disposición de las actividades turísticas (Glavan, 2006.) Considerando que la oferta de recursos naturales y culturales de una zona han de ser compatibles con las atracciones principales y las actividades que se ofrecen (SECTUR, 2002.)

2.3 Marco geográfico



Figura 2. Mapa político de Cundinamarca. Alcaldía Municipal (2010)

El municipio de Tenjo se encuentra a 37 Km de Bogotá, en la provincia Sabana Centro de Cundinamarca. Cuenta con una extensión de 108 Km² divididos en dos áreas: la rural con 106 km² y la urbana con 2 Km² además de la división en 15 veredas las cuales son: La Punta, Chacal, Carrasquilla, Chitasuga, Chince, Santa Cruz, Martín Espino, Poveda 2, El Estanco, Jacalito, Churuguaco, Guangatá, Poveda 1, Juaica y Chucua. Tenjo se encuentra a 2.587 metros sobre el nivel del mar. La temperatura promedio oscila entre los 13 °C

Cuenta con una población de aproximadamente de 20.000 habitantes, siendo el gentilicio Tenjanos (as). Tenjo limita hacia el noroeste de Bogotá son 57Km pasando Chía, Cajicá y Tabio. Se puede acceder por la Autopista Medellín a 21 Km de la capital, vía Siberia – Tenjo.

Sus actividades productivas se basan en la ganadería y agricultura, representando el 86% del PIB municipal. Desde el turismo Tenjo cuenta con dos atractivos turísticos: las cuevas y la peña de Juaica. Y por parte de la floricultura en el municipio se encuentran cultivos dedicados a la flor en corte es decir flores que se utilizarán para decoración.

2.4 Marco legal

2.4.1 Ley 300 de 1996.

Artículo 26.

“Definición. El Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros de desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por tanto, el Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y las comunidades aledañas.”

Artículo 28.

Planeación: El desarrollo de proyectos ecoturísticos en las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, deberá sujetarse a los procedimientos de la planeación señalados por la ley. Para tal efecto, estos deberán considerar su desarrollo únicamente en las zonas previstas como las zonas de alta intensidad de uso y zona de recreación general al exterior, de acuerdo con el plan de manejo o el plan maestro de las áreas (con vocación ecoturística).

2.4.2 Planificación del turismo.

Artículo 7, decreto 2785 de 2006 (Ministerio de comercio, Industria y turismo.)

“Coordinar la elaboración del plan sectorial, de acuerdo con los artículos 1, 2, 16, 29, 30 y 33 de la ley 300 de 1996 y demás normas que la modifiquen”.

2.4.3 Plan de desarrollo turístico sostenible de Tenjo, Cundinamarca.

Turismo Rural.

(...) Espacios llenos de verde, aire libre, paz, libertad, relajación, ausencia de ruidos y contaminación, canto de aves; en ese mismo sentido el paisaje los árboles, las laderas, flores y un sin número de actividades que lograr motivar y ser una experiencia única para el turista.

3. Planteamiento del problema

La agricultura en Tenjo es una de las principales fuentes de ingresos y generación de empleo. Siendo la floricultura, una de fortalezas en la economía de esta población donde aproximadamente el 32,6% de la población rural (2017) que labora en este importante sector, no obstante, no se debe olvidar que hace parte de una cultura agropecuaria que identifica internacionalmente al país, sin embargo, solo se limitan a la producción de calidad en las flores sin tomarla como una excelente oportunidad en el sector turístico dado que se puede aprovechar todo este conocimiento sobre los diferentes procesos de esta industria y que pueden ser de interés para muchas personas ya que posee todo el potencial adecuado, ayudando a que el municipio tenga mayor reconocimiento ampliando las posibilidades de conocer nuevos atractivos.

Actualmente no se manifiesta por parte del municipio de Tenjo, que la floricultura, se tome como alternativa de desarrollo en esta área turística como un valor agregado en la economía que de manera sencilla se podría incluir en la oferta de productos y paquetes turísticos en el municipio y en el departamento. Además de lo anteriormente mencionado, Tenjo es un municipio que atrae pocos turistas, esto en vista de no ser suficientemente promocionado por las personas que ya lo han visitado generando una imagen que podría ayudar al posicionamiento y desarrollo económico.

Sin embargo, los operadores turísticos tanto de Tenjo como de Bogotá no poseen un producto turístico que atraiga mayor demanda al municipio, contando con el desinterés por parte de la alcaldía municipal en desarrollar turísticamente su municipio, buscando alternativas a partir del potencial del cultivo de las flores.

La principal razón de dicha falta de interés ha sido la poca información y orientación que se le pueda brindar al municipio para contemplar el turismo floricultor como otra fuente de ingresos y reconocimiento, por tal motivo no se contemplan rubros presupuestales que se encaminen en el desarrollo de esta actividad turística.

El municipio solo potencia otros atractivos turísticos que posee como lo son la Peña de Juaica y las cuevas pero aún no se ha tomado en cuenta que al poseer tantos cultivos de flores se podría mostrar a los turistas como es el desarrollo de la floricultura experimentando todo lo que los trabajadores realizan. Además, la oferta turística se limita a algunas actividades de ecoturismo y

turismo gastronómico. En donde, el plan de desarrollo del municipio no prioriza el turismo como un polo de desarrollo importante.

Aunque el municipio de Tenjo es reconocido por los dos atractivos turísticos, dicho anteriormente, los cuales se están limitando a estos lugares que ya han sido muy visitados por los turistas y la población local, teniendo la capacidad de ofrecer otros nuevos espacios a visitar, si esto no tuviese la oportunidad de cambiar el espacio tendría una pérdida progresiva de interés por ir a visitar el municipio en tanto que se vuelve monótono.

Adicional a esto, el municipio, la población y los operadores turísticos perderían oportunidades de desarrollo, se perdería de conocer atractivos y experiencias diferentes, y las mismas empresas floricultoras no aprovecharían la posibilidad de generar ingresos paralelos.

3.1 Formulación de la pregunta de investigación

¿Cómo la floricultura puede ser una alternativa de desarrollo turístico en el municipio de Tenjo Cundinamarca?

3.2 Justificación

Como ya se ha planteado anteriormente, Tenjo no posee ningún plan que considere el aprovechamiento de un producto turístico que integre la cultura floricultora como un potencial atractivo que tiene un valor diferenciador de los principales puntos turísticos que ya se ofrecen. No obstante, la implementación de esta iniciativa no tendría un impacto fuerte en los gastos del municipio, dado que la mayoría de la infraestructura ya existe en las diferentes empresas floricultoras. Se debe realizar una investigación debido a que este problema puede convertirse en una ventaja para el municipio haciéndolo más reconocido y atractivo a los turistas.

Esta investigación busca implementar y potenciar a Tenjo como municipio turístico ampliando una alternativa para el desarrollo turístico con ayuda de la cultura floricultora como parte del conjunto de mayores fuentes de ingresos del municipio y sus habitantes, siendo esta una sub división de la agricultura. Ahora bien, esta implementación permitiría ofertar un destino turístico alternativo al mercado de Bogotá, asimismo, consagrar productos turísticos diferenciados en la región que generen competitividad al municipio. Con la finalidad de crear una fuente secundaria de información que de línea a nuevas investigaciones y desarrollo de productos.

Principalmente el sector turístico al obtener reconocimiento, como también los floricultores, y la comunidad en general ya que el municipio y sus habitantes tendrán mayores ingresos gracias a los turistas que lleguen y se hospeden (de ser necesario) en el lugar, además de los turistas que adquieren nuevas experiencias siendo multiplicadores de esta aventura. De lograrse el impacto esperado, el municipio de Tenjo obtendría beneficios como:

- Ventaja competitiva en el área de turismo en comparación con los municipios aledaños.
- Mayores ingresos gracias a los turistas que visitan el espacio.
- Más oportunidades de trabajo para las personas residentes de Tenjo.
- Mayor ganancia para los operadores turísticos del municipio (Como los son los hoteles, restaurantes y demás agentes de turismo)
- Mayor reconocimiento del municipio y sus atractivos (Gastronomía, Cuevas, Peña de Juaica y Cultura Floricultora, etc).

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Establecer la potencialidad de la floricultura como una alternativa de desarrollo turístico en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

4.2 Objetivos específicos

Identificar el potencial turístico del municipio de Tenjo a partir de los cultivos de flores.

Determinar el perfil del turista potencial orientado a la floricultura en el municipio.

Proponer estrategias de desarrollo turístico floricultor en la localidad.

5. Metodología

5.1 Enfoque cualitativo

Estudia el contexto general interpretando los fenómenos de acuerdo con los significados que tiene para los individuos implicados. El enfoque cualitativo permite la utilización y agrupación de materiales tangibles e intangibles que permitan describir las situaciones problemáticas. Por lo tanto, sus diferentes métodos permiten dar un enfoque estructural, sistémico, gestáltico y humanista buscando la descripción de resultados de detalles.

5.1.1 Características del enfoque cualitativo.

Sensibilidad investigadora, permite que se involucren en:

- Sensibilidad histórica: Estudio de los procesos sociales como hechos temporales y significativos dentro de la historia de la población.
- Sensibilidad Cultural: Obedece a un entorno cultural particular.
- Sensibilidad Sociopolítica: Donde las prácticas sociales se enmarcan a partir de un contexto político.
- Sensibilidad contextual: Se basa en los conceptos sociales y físicos que producen un hecho social.
- Investigación guiada teóricamente: donde la investigación debe estar basada en la teoría para proporcionar herramientas que permitan contextualizar los procesos y objetos del estudio.
- Participación de los implicados: Vincular en los procesos a las personas o grupos de interés para la transmisión de información.

5.2 Investigación descriptiva

Describe las características más importantes de un estudio con respecto a sus resultados, donde busca analizar los factores que aparecen dentro del mismo o la diferencia de los resultados no esperados. Adicionalmente, los estudios descriptivos brindan información para el planteamiento de nuevas investigaciones. No obstante, es una aproximación la cual permite describir el comportamiento de un fenómeno dado. Kerlinger (1982).

5.3 Población y muestra

“La población se define como la totalidad del fenómeno estudiado donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.” (Tamayo, 1997, P. 114) a partir de lo anterior se determina que población es el grupo de elementos que poseen una especificación determinada.

En vista de lo anterior cuando no se puede medir a cada uno de los individuos de determinada población se realiza una muestra representativa la cual representa el todo y determina las características que definen dicha población. Siendo así, una muestra puede determinar la problemática ya que es capaz de acumular los datos e identificar las fallas dentro de un proceso. Para Tamayo (1997) define la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población para estudiar un fenómeno estadístico” (P. 38).

5.3.1 Tipos de muestras.

Franco (2014) determina que existen 6 tipos de muestras, éstas son:

- Aleatoria simple: siendo esta una selección al azar, donde cada uno de los individuos tiene la misma posibilidad de ser elegidos.
- Estratificada: Cuando los elementos de la muestra son proporcionales a determinada población, es decir, dicha población es dividida en varios grupos o extractos con el fin de determinar diferentes factores que integran a la población.
- Por cuotas: También se divide la población en categorías las cuales se les asigna unas cuotas seleccionando una por una para determinar la muestra.
- Intencionada: Se selecciona los elementos a juicio teniendo en cuenta un conocimiento previo a la población que se investiga.
- Mixto: Donde se combinan diferentes tipos de muestreo.
- Tipo: se selecciona una muestra para emplearla y una vez establecida esta permitirá extraer una muestra definitiva conforme a la necesidad específica de la investigación.

6. Técnicas e instrumentos a aplicar según el objetivo específico

Tabla 1.

Técnica e instrumentos. Realización propia.

Objetivo específico	Técnica	Instrumento
Identificar el potencial turístico del municipio de Tenjo a partir de los cultivos de flores	Entrevista	Formato de entrevista

Nota: Autoría propia

Según Denzin y Lincoln (2005) la entrevista en una investigación cualitativa es denominada la técnica de recolección de datos a partir de las características personales del entrevistador. Por lo tanto, es genérica y poco operativa, donde requiere de un investigador y un entrevistado para extraer encuestas de opinión o cuestionarios, es por ello que esta no se basara de cuestionarios cerrados y altamente estructurados. No obstante, la entrevista se basa en preguntas abiertas cuya máxima expresión profundiza y personaliza al entrevistado.

6.1 Clasificación por estructura y diseño

6.1.1 Entrevistas estructuradas.

Se planifican las preguntas a realizar de forma secuenciada y dirigida. Por lo tanto, el entrevistador no tendrá comentarios ni apreciaciones. Este prototipo de preguntas serán de tipo cerrado, concreto y exacto, siendo así, este tipo de entrevistas no son usadas en investigación cualitativa.

6.1.2 Entrevistas semiestructuradas.

Se realiza un guion temático sobre el tema a tratar, donde las preguntas son abiertas y el informante puede aportar comentarios e incluso desviarse del guion inicial. Durante la entrevista el entrevistador puede relacionar las respuestas con otros temas.

6.1.3 Entrevistas no estructuradas o abiertas.

Es la comprensión de las perspectivas que se tienen a través de respuestas, experiencias o situaciones. Es por ello que el investigador es el instrumento de la investigación y no el formulario de la entrevista, ya que su rol implica no dar respuestas sino aportar preguntas y como hacerlas.

Tabla 2.

Técnica e instrumentos Fuente realización propia.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Determinar el perfil del turista potencial orientado a la floricultura en el municipio.	Encuesta	Formato de encuesta

Nota: Autoría propia

Es una técnica que permite extraer datos de varios individuos cuyas opiniones interesan al investigador. A diferencia de la entrevista se utiliza un listado de preguntas con la finalidad de contestar igualmente por escrito. La encuesta es impersonal ya que por medio de un cuestionario no se debe llenar datos que permitan identificar a la persona. Donde se puede aplicar a diferentes sectores que apoyen a las entrevistas.

Siendo así se entiende por cuestionario como una herramienta de investigación que permite dar un grupo de preguntas e indicaciones con el fin de obtener información de las personas consultadas.

Siendo un elemento fundamental dentro del proceso investigativo para la agrupación de datos.

Dentro de los pasos para este proceso, se sugiere:

- Determinar la situación que se va a observar.
- Determinar para que se van a observar.
- Establecer la forma de registro.
- Observar críticamente.

- Registrar.
- Analizar.
- Concluir.

En cuanto a los instrumentos que se utilizan dentro de la observación se encuentran:

- Fichas.
- Grabaciones
- Fotografías.
- Listas de datos.

7. Capítulo 1. Importancia de la floricultura como fuente de desarrollo turístico y económico en el Municipio de Tenjo.

7.1 Introducción

Para determinar la importancia de la floricultura en Tenjo se debe tener en cuenta que potencialidad turística del municipio ya que ese aspecto determinara el inventario que se puede implementar. Otro punto de partida importante para este capítulo es la historia de la floricultura en Colombia, que ferias y fiestas se realizan, además de mostrar el crecimiento de la economía gracias a esta actividad. Se determinara también la potencialidad de la floricultura en Colombia y en qué regiones se trabaja.

7.2 Potencialidad turística

El potencial turístico permite desarrollar los recursos de una zona para atribuirles valor e importancia, los cuales pueden proporcionar desarrollo turístico como también incrementando las actividades turísticas lo cual incentivara una oferta atractiva del lugar. Para Mass (2009) el potencial turístico de una zona depende de que tan valorados están sus recursos como también los productos turísticos. Por lo tanto, dicha valoración requiere de un inventario el cual debe contemplar la información descriptiva de cada recurso.

La Secretaria de Turismo de México (2002) menciona que las zonas que desean desarrollar o amplificar su turismo previamente debe haber realizado una evaluación rigurosa de los recursos turísticos que posee. En este estudio se deben presentar todos los tipos de atractivos y actividades modernas que estén relacionadas con el medio ambiente, el patrimonio cultural, actividades económicas de la zona, atractivos del área urbana, área rural, servicios de salud, lugares de interés religioso, prestadores de servicios turísticos, infraestructura, transporte, que tanta mano de obra hay disponible además de evaluar la accesibilidad al lugar, los destinos que forman parte de la competencia, que opiniones da la comunidad local en cuanto al desarrollo turístico finalizando con el grado de salud, y seguridad pública.

Posteriormente, se determina la forma en que la oferta se ajusta para satisfacer las necesidades de ocio y recreación de la población local y los extranjeros, esto permite evidenciar si una determinada zona posee la capacidad de ser potencializada turísticamente. Por lo tanto, el potencial turístico comprende a la oferta de servicios y productos turísticos como la adaptabilidad para satisfacer las necesidades del entorno actual tanto nacional como internacional.

La evaluación del potencial turístico requiere analizar por completo lo que brinda un destino, su capacidad de desarrollo turístico donde se puedan progresar nuevos proyectos, contando con recursos potencialmente turísticos convirtiéndose integralmente en una oferta turística. Por otra parte, la demanda turística se debe identificar y analizar para determinar que productos turísticos se le pueden ofrecer. Zimmer y Grassman (1996) argumentan que para evaluar el potencial turístico de una zona se requiere de tres fases: 1. Análisis, examina la oferta, demanda, competencia y tendencias en el mercado; 2. El diagnóstico, al tener el resultado del análisis se es necesario identificar las fortalezas y debilidades del territorio como también las oportunidades y riesgos para intervenir en un desarrollo turístico o no; 3 la estrategia, si la zona cuenta con potencial se creara e implementara un proyecto de desarrollo turístico.

A partir de lo anterior, el potencial turístico permite identificar y analizar nuevas formas para aprovechar los recursos que proporciona una zona, asimismo, ofreciendo producto que satisfagan las necesidades anticipándose a las expectativas, proporcionando una ventaja competitiva. Es así, Zimmer y Grassman (1996) corroboran que si una región tiene potencial turístico debe justificar inversiones a través de una evaluación con la finalidad de minimizar riesgos a malas inversiones. Por lo tanto, se requiere saber el potencial y el impacto medioambiental que genera el desarrollo de un sitio turístico el cual debe ser y verse apto para actividades turísticas donde ello genera el verdadero desarrollo turístico del destino.

Para identificar el potencial turístico de un municipio se requiere de decisiones para progresar hacia la planeación y creación de un producto turístico el cual requiere de una evaluación e intervención a una actividad económica de acuerdo a la vocación productiva y potencial turística que posee dicho lugar.

7.3 La floricultura en Colombia

7.3.1 Panorama actual – datos estadísticos del sector floricultor.

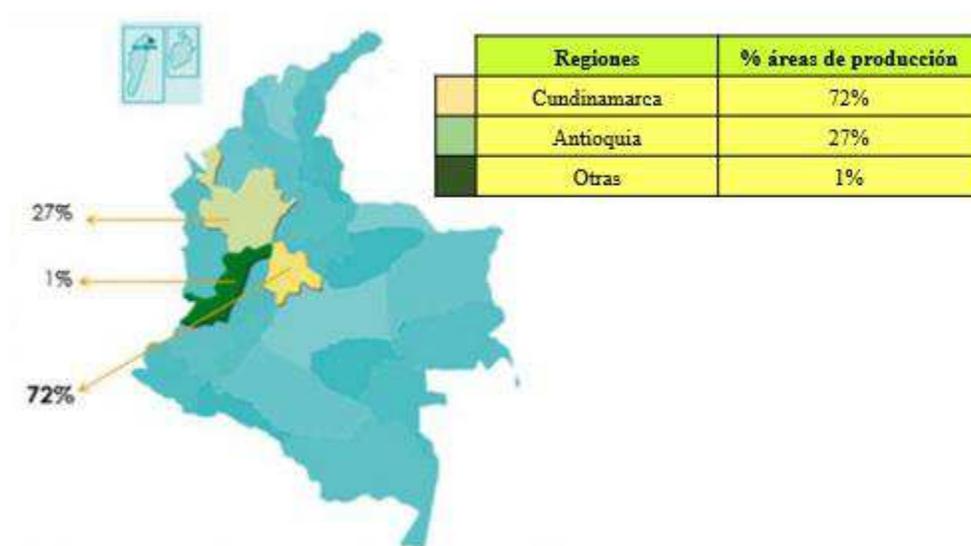


Figura 3. Datos estadísticos del sector floricultor en Colombia. ICA (2016)

El sector primario de la floricultura en Colombia cuenta con 8.391 hectáreas cultivadas según el SISFITO del ICA, en tres regiones puntuales del país contando con condiciones óptimas de suelo y clima proporcionando beneficios en cuanto a la cultivación variada de flores con diferentes fines productivos y económicos. Asimismo, contando con condiciones óptimas geográficas y de transporte posicionando a Colombia como un país alto en oferta y demanda de este producto, acreditándolo como el segundo país productor de flores en el mundo.

El siguiente gráfico permite visualizar que el cultivo de flores más especializada se encuentra ubicada en el departamento de Cundinamarca con un 72% en la sabana de Bogotá, debido a sus grandes atribuciones climáticas y geográficas que permiten una producción continua del producto durante todo el año. Consecutivamente en el departamento de Antioquia cuenta con 27% en cuanto a la producción de flores éstas siendo optimizadas y utilizadas para eventos tradicionales del país. Finalmente, departamentos como Risaralda, Caldas, Boyacá y Valle del Cauca cuentan con una participación del 1% gracias a la disponibilidad de mano de obra de menor costo para países industrializados con una estructura de transporte aceptable (Díaz, 2018).

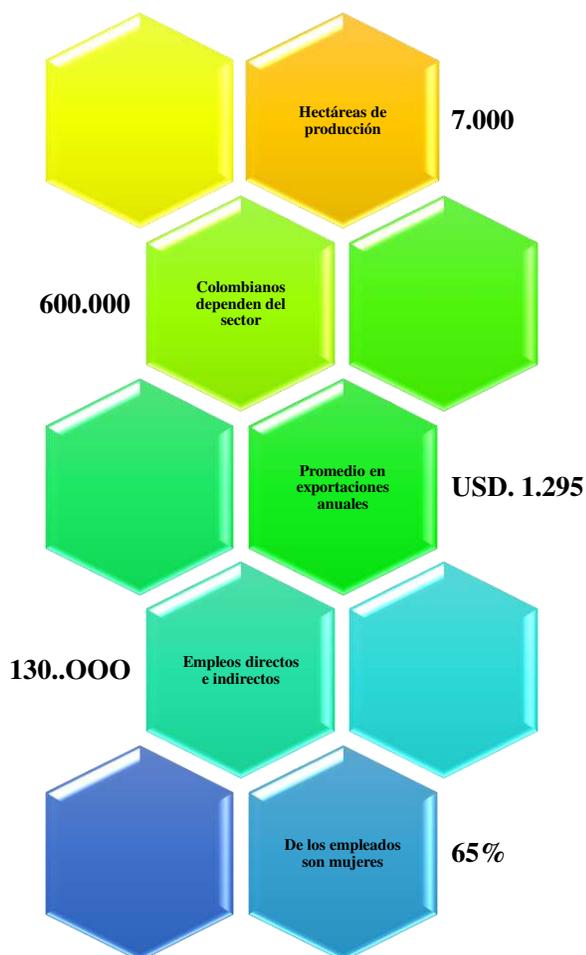


Figura 4. Datos sector floricultor colombiano. Asocolflores (2015)

Las exportaciones realizadas a más de 83 países se deben gracias a la asociación de exportaciones de flores (Asocolflores), siendo el ente más representativo de la floricultura en Colombia manejando el 75% de las exportaciones de flores. Adicionalmente, cuenta con el centro de innovación de la floricultura colombiano (SENI FLORES) el cual se dedica a impulsar y promover el sector de las flores para hacer más competitivo junto con en entidades gubernamentales, campañas fitosanitarias. Con el fin de generar producciones responsables y transparentes que permitan el desarrollo óptimo de estos recursos incentivando la economía nos solo del país, sino, de los departamentos dependientes de esta actividad económica.

Tabla 3

Apoys, incentivos y financiamiento.

PROGRAMAS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*	TOTAL
I. APOYOS	4.927	31.649	27.097	33.521	13.335	8.660	-	2.000	1.299	122.488
1. Coberturas	4.927	29.149	26.097	32.221	11.835	-	-	-	-	104.229
2. Promoción al consumo	-	2.500	1.000	1.300	1.500	8.660	-	2.000	1.299	18.259
II. APOYOS PARA FINANCIAMIENTO	3.800	3.519	654	1.991	920	1.893	1.787	-	-	14.563
1. PROGRAMAS OLA INVERNAL - MADR	60	473	95	-	-	-	-	-	-	629
2. PROGRAMAS OLA INVERNAL FONDO NACIONAL CALAMIDADES	-	2.130	85	184	-	-	-	-	-	2.400
3. PROGRAMA DRE	3.739	915	473	1.807	920	1.893	1.787	-	-	11.534
TOTAL APOYOS I+II	8.727	35.168	27.751	35.512	14.255	10.553	1.787	2.000	1.299	137.051
III. CRÉDITO FINAGRO	5.335	8.962	5.643	7.435	22.368	45.468	36.598	63.159	31.763	226.731
TOTAL APOYOS I+II+III	14.062	44.130	33.394	42.947	36.623	56.021	38.385	65.159	33.062	363.782

Nota: Fuente, FINAGRO Y MinAgricultura, 2018

El Ministerio de Agricultura entre el periodo 2010-2018 ha buscado incentivar el sector floricultor para consolidarse como un competidor fuerte ofreciendo nuevos productos y posicionando las flores colombianas en el exterior por lo tanto en el grafico 3 el valor total de apoyos, incentivos y financiamiento dan un total de 305.013 millones entre el 2010 y 2017 los cuales 136.589 millones corresponde a apoyos e incentivos por su parte 168.424 millones son otorgados para financiamiento del sector. El sector hace parte del programa de coberturas donde el MinAgricultura brindo 104.229 millones para cubrir las exportaciones colombianas de flores dando estabilidad al sector y fomentando el empleo formal en el periodo 2010 y 2014. Por su parte, el programa de promoción a partir del año 2011 MinAgricultura ha beneficiado la floricultura colombiana en los mercados internacionales gracias a la participación de ferias, campañas y estrategias digitales y comerciales que incentiven la inversión de este recurso. (MinAgricultura, 2018). Con respecto al trabajo cabe aclarar que la incentivación para el sector floricultor generaría nuevas oportunidades en donde será posible unir a más cultivos que tengan un potencial turístico alto.

7.3.1 Historia de la floricultura en Colombia.

En cuanto a la historia de la floricultura colombiana se encuentra vinculada a la iniciación de la industria manufacturera para este y otros sectores, aportando una reorganización tanto productiva como geográfica buscando las condiciones favorables para una producción agrícola que genere ventajas para las exportaciones. Integrando suelo, mano de obra, clima, tecnología, transporte y accesos a mercados tanto nacionales como internacionales. La actividad de flores frescas y cortadas ha ido en crecimiento tanto en producción como exportación ascendiendo su capacidad para satisfacer diferentes mercados.

Para el año 1967 el país se convirtió en un centro de producción nuevo teniendo empresas como: Flor América en la sabana de Bogotá (1967), Flores Bochica (1997), Flores Medellín, Flores Esmeralda y Flor Caribe. Siendo estas las primeras productoras a nivel internacional permitiendo el desarrollo de cultivos de flores con técnicas especializadas. Es por ello que Colombia comienza a posicionarse competitivamente brindando un producto a bajo costo, abundante, con factores climáticos propicios, disponibilidad de tierras, mano de obra y tecnología adecuada y barata, donde el mercado extranjero se encontraba dispuesto a comprar flores colombianas. Es así, como la industria de las flores se convierte multimodal en el ámbito internacional dirigida para la producción y comercialización, incentivando a inversionistas extranjeros principalmente de Estados Unidos para ese entonces, creando vínculos de producción y comercialización por medio de fusiones, asociaciones y alianzas con firmas multinacionales como Dole y USA Floral para la penetración de mercados internacionales.



Figura 5. Colombia se expande a nuevos mercados de flores. PROCOLOMBIA (2018)

A partir de los 90'S se da una reorganización territorial de los cultivos de flores tanto en la sabana de Bogotá como en el oriente Antioqueño por sus ventajosas condiciones. Por lo cual, se promovió el cultivo de nuevas variedades de flores que se diferenciaban de las fincas floriculturas existentes, brindando al público nacional e internacional productos en vanguardia. Es por ello, que el sector floricultor ha ampliado y descubierto nuevos mercados orientando su búsqueda a lugares óptimos de producción y nichos de mercados con alta aceptabilidad. No, el mercado se ha sostenido gracias a los volúmenes de producción que ha compensado la caída de precios y en la entrada a un mercado internacional. A partir de lo anterior, la participación del sector en los mercados internacionales ha ido ganando posicionamiento e interés llegando a destinos como Europa occidental y Asia oriental con diferentes tipos de flores, resaltando entre ellas: Rosas (33%), claveles (17%), Miniclaveles (8%), crisantemos (2%), follajes (0,24%) y demás (40%) (Revista Universidad EAFIT, 2001).

7.3.2 Potencialidad de la floricultura en Colombia.

Desde la perspectiva económica la floricultura como fuente de desarrollo económico es el segundo producto nacional agrícola de exportación después del café y el cuarto producto de exportación mundial después del café, petróleo y carbón. Siendo fuente de empleo en el país evitando el desplazamiento de la población campesina a las ciudades. Además, contribuye al crecimiento y desarrollo de empleos directivos como inversionistas e industrias complementarias del sector fusionándose con otros sectores, produciendo un efecto multiplicador en la economía nacional. La floricultura abarca dos características esenciales en mercados globalizados, como lo son: en primera instancia, se desarrolla semejante a otros sectores agrícolas cumpliendo con las exigencias de sistemas productivos (De calidad y regulación ambiental); por otra parte, son diferentes en cuanto a sistemas de organización de trabajo y niveles tecnológicos para satisfacer exigencias de calidad, producción y entrega (Quiros, 2001).

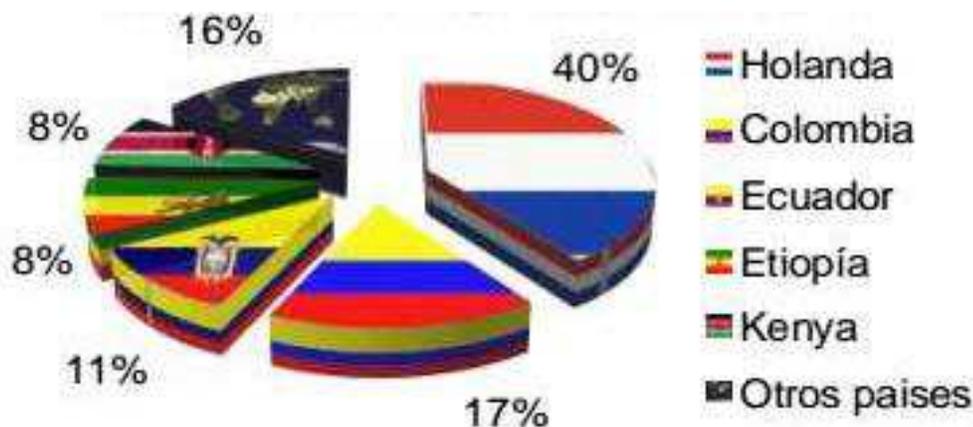


Figura 6. Principales exportadores de flores en el mundo. Asoculflores y Supersociedades, 2015.

Según lo constata la figura 3, la participación de Colombia en la floricultura en el mercado internacional ha proporcionado nuevos estándares de productividad y competitividad incursionando diferente estándar de calidad, color, tamaño y diversidad de flores, enfrentando retos en diferentes mercados definidos por variedades de culturas como también localizaciones climáticas de cada país.

7.3.3 Otros lugares donde se trabaja la floricultura en Colombia.

En Colombia se encuentran diversas zonas en las que se trabaja la floricultura dando así un resultado de 200 empresas en el territorio nacional. En la sabana de Bogotá se han cultivado flores desde hace más de 40 años considerando este espacio como “la cuna de la floricultura en Colombia” teniendo un 85% de las 7.500 a nivel nacional, ayudada por las ventajas climáticas, suministros de agua, mano de obra además de la proximidad con el aeropuerto internacional El Dorado de Bogotá.

No solo en la sabana de Bogotá se encuentran los cultivos de flores, otro productor (3er lugar en la lista nacional) es Boyacá. En este departamento en comparación con Cundinamarca es menor, pero se ha convertido en uno de los más importantes de la nueva generación de empleo rural. La región de Boyacá que más destaca es Toca, que posee 4 empresas productoras de claveles y rosas generando 600 empleos diariamente.

De la producción nacional de flores, el 70% se produce en la sabana de Bogotá. El 27% en río negro y el resto en el eje cafetero. La sabana está especializada en producir rosa, clavel y altromerías. En Antioquía su fuente son los crisantemos y las hortensias, mientras que en el Eje se han concentrado en follaje y flores tropicales. Este sector genera 14 empleos por hectárea y, según

las cuentas de Asocolflores, pese a que las flores solo responden por 7% de la producción agropecuaria nacional (la más grande es la caña de azúcar), los floricultores pagan 16% de renta de todo el sector agro.

7.3.4 La nueva marca de los floricultores.



Figura 7. Proflora. Corferias, 2018.

A partir de la XIV feria Proflora, la Asociación Colombiana de Exportadores de flores (ASOCOLFORES) lanzan la marca “Flores de Colombia” con la que permiten potencializar su llegada a mercados internacionales y promover el turismo como parte de desarrollo económico para las áreas floricultoras del país, tras la necesidad del sector de consolidar una identidad propia en los mercados internacionales y en el mismo contexto local. La marca busca transmitir valores de los floricultores colombianos como el ingenio, la pasión, la dedicación y la alegría siendo su eslogan “Diversidad que inspira”, siendo así, resaltando la ventaja competitiva de Colombia, dicho así la diversidad con la que cuenta su flora.

Por lo tanto, Colombia puede satisfacer su mercado nacional y extranjero, como también, impulsar la floricultura como alternativa turística para atraer turistas a nuevos puntos. Parte de la estrategia comercial y turística contempla un terreno digital que permita generar cercanía entre la floricultura colombiana, turistas e inversionistas. (Proflora, 2017).

7.3.5 Ferias de flores extranjeras.

A partir de Flowers Expo empresas nacionales han mostrado sus productos en exposiciones internacionales especializadas con el objetivo de abrir oportunidades tanto dentro del país como internacionalmente siendo apoyadas por PROCOLOMBIA los empresarios colombianos han

presentado, sus más robustas y ingeniosas presentaciones en flores, donde también ofertan sus productos con los principales compradores, productores y vendedores especialistas en flores. Como también han sido testigos del desarrollo de productos de empresas floricultoras.

Colombia se posiciona como líder en producción a través del proceso de conservación manteniendo su apariencia natural y extensión de vida a partir del uso de alta maquinaria y procesos químicos. El balance positivo de las exportaciones demuestra la gran recepción que han tenido las flores colombianas en otros mercados quienes destacan gran calidad y opinan el promover la floricultura como otra alternativa para el desarrollo económico dentro del país. (PROCOLOMBIA, 2017).

7.4 Regiones donde se ha desarrollado en Colombia los procesos de turismo con floricultura

7.4.1 Feria de las flores.



Figura 8.Feria de las flores, Medellín. PROCOLOMBIA (2018)

Es un desfile tradicional ubicado en la ciudad de Medellín, realizada en los primeros días de cada año en el cual integra las flores y la fiesta para revelar los trabajos realizados por entes dedicados a la floricultura. En vista de lo anterior, esta constituye el evento más importante de Medellín donde encarna todas las tradiciones, valores y trabajo del pueblo antioqueño, como también de trabajos de floricultores de otros departamentos, siendo considerada como patrimonio cultural colombiano.

Por lo tanto, el desfile de silleteros como acto central de la feria se originó a través de la invitación de Arturo Uribe como fomento al turismo de Medellín, en el cual se realizaron 40 silleteros de Santa Elena (Antioquia) para emprender esta feria desde el año 1957. Los silleteros

son piezas con una estructura de madera, dan su origen desde la época de la colonia las cuales eran utilizadas para cargar personas. Fue así que, en el siglo XX, se volvió una pieza útil para que los campesinos transportaran las flores entre pueblos antioqueños y fueran estas comercializadas, no obstante, no se realiza la venta de silletas, pero si el desfile en representación de las tradiciones de la región.

Esta feria abarca aspectos tanto comerciales que van en búsqueda de identificar una tradición autóctona que involucren actividades para los turistas, como el desfile de carros clásicos, la feria equina, la feria de la trova, el campeonato de sonido sobre ruedas, entre otras. Es por ello que esta feria es un gran atractivo de turistas porque da un reconocimiento a un producto originario del país generando nuevas experiencias y atracción a inversionistas. (Marca COLOMBIA, 2018).

7.4.2 Ruta Antioqueña.

Es un circuito de tres pueblos de patrimonio antioqueño en donde permite conocer la historia de la colonización antioqueña e independencia. Las calles, parques y plazoletas son representativas donde resaltan sus coloridos balcones y ventanas permite ver el paisaje acompañada de la cultura del café, las flores y de la arriería.

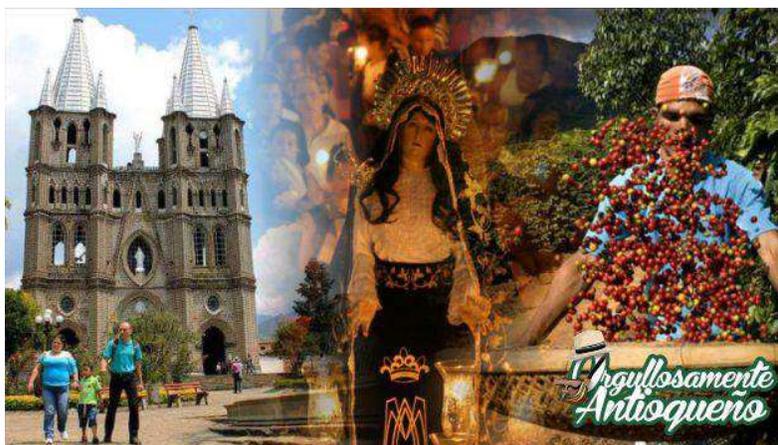


Figura 9. Ruta antioqueña. Orgullosamente Antioqueño, S.F.

Esta ruta comienza saliendo de Medellín tomando la troncal del café por el suroeste antioqueño la cual recorre escenarios campesinos destinados a la producción de café como tradición paisa. Consecutivamente, en el municipio de Venecia, se encuentra gran cantidad de fincas cafeteras y floricultoras en su mayoría fundadas en los años 90, las cuales aún conservan sus instalaciones originales. Continuando por el cerro de la Tusa, es una montaña que contiene una flora atractiva y

es centro de oración indígena denominada “diosa del espejo” debido al reflejo de los rayos solares que se ven en el cerro al atardecer. En Ciudad Bolívar, municipio que conserva la tradición de arrieros tiene como objetivo resaltar las costumbres de personajes representativos. En la ruta a Jardín ubicada en el municipio de hispana se encuentra el parque más representativo de Antioquia donde invitan a tertuliar alrededor de un café y recorrer el sendero ecológico donde se identifica la diversa flora de la región. Finalmente en Andes es el municipio más representativo de la cultura paisa ya que contiene un parque principal lleno de cafeteros, floricultura y objetos representativos de la zona, como también resalta la música representativa del lugar. (MinComercio, 2018).

7.5 Potencialidad en el municipio Tenjo

A partir de las actividades gestionadas en los programas que realiza la secretaria de Desarrollo Económico y Ambiente del municipio de Tenjo, se evidencia fortalecimiento en el desarrollo económico donde cada vez propone incursión y acerar a las áreas agropecuarias de Tenjo. Implementando herramientas y mecanismos para que los productores agilicen sus tareas y proporcionen productos competitivos en el mercado.

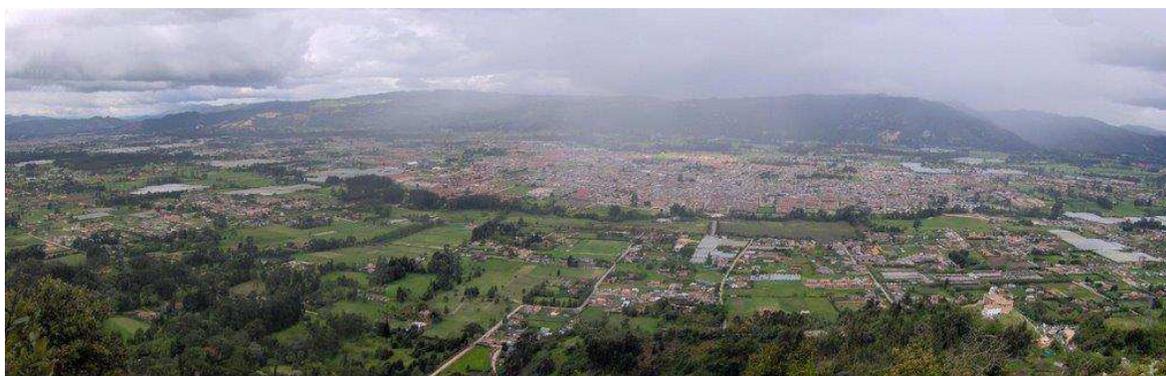


Figura 10. Vista de Tenjo. Mapio (2019)

Tenjo es uno de los municipios con mayor riqueza natural que permite ser un destino turístico para aquellos que desean conocer su inmensa cultura y áreas naturales. Por lo tanto, este destino requiere de valorar y aprovechar sus recursos como fuente de ingreso directa mediante acciones que implementen un desarrollo turístico.

Es por ello que este municipio posee gran extensión de terrenos dedicados a la agricultura los cuales cuentan con aspectos relevantes de importancia para la fomentación de técnicas nuevas en

actividades agroturísticas. Entre sus productos estrella se encuentra la papa, maíz, cebolla y el cultivo de flores, donde la floricultura será determinante para el desarrollo de este trabajo.

No obstante, siendo esta región una de las más productoras de flores y cultivos en el país se ha desaprovechado sus terrenos y actividades para el fomento y la atracción de turistas. Es por ello que este proyecto pretende potencializar la floricultura a través del turismo.

7.5.1 Floricultura en el municipio de Tenjo.

En el municipio de Tenjo, únicamente se ha trabajado con las empresas pequeñas, solo son las grandes empresas que tienen cultivos en este lugar, pero la sede principal queda en otra parte del país. Las flores que más se cultivan en Tenjo son: Las rosas y los claveles. Algunas empresas se dedican al cultivo de un solo tipo de flor mientras que otras se dedican a realizar arreglos y exportación.

En el municipio la floricultura no ha sido trabajada a gran escala, la gobernación solo brinda un apoyo a pequeñas empresas y a emprendedores. Las grandes empresas que se encuentran en Tenjo tienen sus cultivos en las veredas del municipio, pero las oficinas están ubicadas en la ciudad de Bogotá. La gobernación no ha planteado hasta ahora ningún proyecto que involucre a la floricultura.

7.5.2 Ferias y fiestas.

Fechas importantes para los exportadores que se encuentran en el municipio de Tenjo:

- Día de la mujer (8 de marzo): En Rusia demandan las Rosas de todos los colores y de grandes tamaños, de tallos largos y cabeza grande.
- Día de la madre (12 de mayo): Importante en Estados Unidos, Reino Unido y Rusia, de todos los colores, sobre todo Rosas y claveles.
- Junio y Julio: Dos meses claves porque es la temporada de matrimonios en el hemisferio norte. Demanda de todo tipo de flores.
- 4 de Julio en Estados Unidos: Se exportan flores pintadas de blanco, azul y rojo, la bandera del país norteamericano.
- Septiembre: Temporada de entrada a los colegios en Rusia. Es importante porque todos los estudiantes les llevan flores a sus profesores.

- Navidad: Se exportan rosas principalmente a Estados Unidos y Reino Unido.

7.6 Prestadores de servicios turísticos

El municipio de Tenjo no cuenta con una estructura turística completa, solo se encuentran lugares de restauración y recreación. La región no cuenta con ninguna agencia de viajes, hoteles ni prestadores de transporte de carácter turístico. A continuación, se presentan los restaurantes y establecimientos de recreación:

Tabla 4.

Restaurantes en Tenjo

Restaurantes	Descripción
Restaurante Palma Vieja	Ubicado en la vereda el Chacal, ofrece platos típicos colombianos, ubicado en el kilómetro 4 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Rancho de Nacho	Platos típicos Colombianos, servicio de canchas de futbol y voleibol, ubicado en el kilómetro 4.3 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante MazorCota	Manejo de autoservicio, principales platos son de parrilla, ubicados en el kilómetro 4.5 Vía Siberia – Tenjo.
Restaurante la Iguana Campestre	Platos típicos regionales, ubicados en el kilómetro 4.8 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Gato	Platos típicos de la región costera de Colombia, ubicados en el kilómetro 5 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Gato Dorado	Platos típicos de la región, ubicados en el kilómetro 5.2 vía Siberia – Tenjo.

Restaurante – Piqueteadero el Guayabo	Platos típicos del municipio como la fritanga entre otros, ubicados en el kilómetro 5.6 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante el Majui	Platos típicos locales y regionales, presta servicios de alimentación, recreación y salones de eventos, ubicado en el kilómetro 6 vía Tenjo – Siberia
Restaurante – Piqueteadero LomoSapiens	Platos típicos de la región del oriente Colombiano, ubicado en el kilómetro 9 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante Granja el Abuelo o Ecoparque el abuelo	Platos locales y nacionales, Presta servicios de alimentación, recreación en contacto indirecto con animales y salones para eventos, ubicado en el kilómetro 5 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante El Rekreo	Platos locales e internacionales, presta servicios de alimentación, recreación y salones de eventos, ubicado en el kilómetro 4 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante La Granja Tenjo	Platos nacionales e internacionales, presta servicios de alimentación, recreación en contacto indirecto con animales y salones para eventos, ubicado en el kilómetro 3.4 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante Casa Luchef campestre	Comida Francesa e italiana, ubicado en el kilómetro 13 vía Siberia –Tenjo.

Restaurante El mesón	Comida típica colombiana, ubicado a dos cuadras del parque principal.
Restaurante Lllamarada	Comida típica antioqueña, ubicado a dos cuadras del parque principal
Restaurante Casa Luchef	Comida Francesa e italiana, ubicado en el parque principal.
Finca Recreativa Faunaticos	Presta servicio de restaurante, ofreciendo comida Nacional, cuenta con varios salones para eventos, su principal atractivo es el zoológico, ubicada en la vereda de Poveda I.
Restaurante – Piqueteadero el Llanero	Comida Típica del llano Colombiano, ubicado en el kilómetro 0 vía Tenjo – Tabio.
Restaurante Eureka	Comida nacional e internacional, se ubica en la calle 2da #2-33 (calle principal).
Restaurante SabroZona	Comidas rápidas y platos nacionales, ubicado en la calle 4ta #6-55.

Nota. Fuente: Punto de información Turística.

Tabla 5

Asaderos en Tenjo

Asaderos	Descripción
Asadero 22	Pollo frito, asado y algunos platos de parrilla, ubicados en la calle 1ra #9-10.
Asadero Kamy Broaster	Pollo asado y a la Broaster, ubicado en la calle 2da #2-14.
Asadero el Oriente	Pollo asado, frito, a la Broaster y arroz oriental, ubicado a media cuadra del parque principal.
Asadero don Claudio	Pollo Broaster y platos típicos santandereanos, ubicados en el parque principal.

Nota: Fuente: Punto de información Turística.

Tabla 6

Restaurantes de comida rápida en Tenjo

Comidas rápidas	Descripción
Pizza World: Pizza y comidas rápidas	Ubicados en la calle principal.
Mauros Pizza: Pizza y comidas rápidas	Ubicados en el parque principal
Comida Rápida el Bombazo	Especialistas en hamburguesas y comidas rápidas, ubicados en el kilómetro 0 vía Tenjo – Tabio.

Comida Rápida el parasol	Especialistas en sándwiches y hamburguesas, ubicados en el parque principal.
Arepas doña Rosario	Arepas rellenas y zona de cafetería, ubicados en la carrera 1ra # 2- 12.
Chorizos el Rey	Choriperro y arepas con chorizo, ubicado en el kilómetro 0.5 vía Tenjo – Tabio.
Chorizos el paisa	Chorizos y platos parrilla, ubicados en la calle principal.

Nota: Fuente: Punto de información Turística.

Tabla 7

Postres en Tenjo

Postres	Descripción
La casita de los postres	Pastelería y repostería, ubicados en el parque principal.
Postres la Abuela	Postres y zona de cafetería, ubicados en el parque principal.
Postres la casona	Postres y zona de cafetería, ubicados en el parque principal.
Postres Dulce encuentro	Postres y café, ubicados en el kilómetro 2.2 vía Tenjo – Tabio.
Postres cuatro caminos	Postres y café, ubicados en el kilómetro 1.5 vía Tenjo – Siberia.

Postres Don Carlos	Postre y helados, ubicados en el kilómetro 2 vía Tenjo – Chía.
--------------------	--

Nota: Fuente: Punto de información Turística.

El municipio de Tenjo cuenta con dos oficinas que representa al turismo. La primera es la secretaria de turismo en donde se da la información de las actividades que se realizarán en el pueblo. Esta oficina queda en el parque principal junto a la alcaldía. Mientras que el otro punto turístico es el de información detallada de las actividades del municipio en donde además se realiza el préstamo de bicicletas para los días domingos, este se encuentra en el parque principal.

7.7 Información obtenida de las encuestas realizadas

La primera entrevista que se realizo fue a la empresa Sunshine Bouquet, es una empresa estadounidense que inicio como una tienda familiar, pequeña en tamaño ya que estaba localizada en el sótano de una casa en Dayton, Nueva Jersey. Esta empresa tuvo un gran crecimiento en los años 80 y fue líder de innovación en la industria floricultora. En el año de 1993 abre un nuevo punto en Miami, Florida y en 1995 se comienza la primera instalación internacional en la ciudad de Bogotá, Colombia. En 2010, la empresa obtiene la certificación Rainforest Alliance por sus grandes prácticas y sus rígidos estándares. La empresa actualmente cuenta con aproximadamente 550 hectáreas de diversos productos.



Figura 11. Logotipo de Sunshine Bouquet. Página oficial de Sunshine Bouquet (2019)

El señor Wilmer Quiñones, Gerente de proceso logístico y estadísticos de Sunshine Bouquet en los municipios de Tenjo y Tabio comenta que existen pequeñas empresas dedicadas a la floricultura en el municipio de Tenjo, pero que de las que más tiene conocimiento es de las sucursales de Sunshine Bouquet, cultivos que cuentan con aproximadamente 800 empleados.

Los productos más importantes de Sunshine Bouquet son las rosas, los pompones y los claveles. El proceso de cultivo de la rosa lo realizan como el resto del mundo, el proceso productivo dura

entre 15 a 20 años si la empresa lo decide así. Los pompones se siembran por esquejes y tienen un ciclo de 13 semanas desde que se cosechan hasta que se cosechan las flores. Por otro lado se encuentran los claveles que también son cosechados por esquejes que se cosechan a un ciclo, esto quiere decir que se siembra el esqueje y desde que se siembra hasta que se recoge el ultimo tallo el tiempo que pasa es de 23 semanas.



Figura 12. Cuartos fríos de Sunshine Bouquet. Autoría propia (2019)

Tenjo puede depender de la floricultura pero actualmente se enfoca en la agricultura, además hasta esta época ha tomado fuerza en el ámbito turístico. Se desconoce si hay un producto turístico que incluya la floricultura, así que por ahora no se podría considerar un municipio floricultor, pero si tiene todo el potencial. Si existe una relación floricultura-turismo llamaría la atención de los turistas que quieran saber cómo es el proceso de cultivo, que flores se plantan en Tenjo, etcétera.



Figura 13. Cultivos Sunshine Bouquet. Autoría propia (2019)

Pese a que actualmente no se encuentra nada de la floricultura unida al turismo es una idea innovadora pero se encuentran las siguientes restricciones: El paso de personal no autorizado por los invernaderos, que pasen niños y personas que no tengan un ARL mientras que existen otros inconvenientes donde las empresas son muy celosas en temas de información, porque puede entrar la competencia para mirar los procesos. Pero en ellas se pueden diseñar planes para que los turistas puedan entrar y más bien mostrarles la historia de los productos estrella de la empresa, la historia de cómo llegó Sunshine a Colombia y generar conciencia ecológica con el cuidado del agua.



Figura 14. Productos finales Sunshine Bouquet. Autoría propia (2019)

Por otro lado, la segunda entrevista que se realizó fue a la señora Mónica Castañeda dueña de Flores Santo Tomás. A comparación de Sunshine Bouquet esta es una pequeña empresa quien cuenta actualmente con 12 trabajadores. 10 personas siembran y recogen cada 3 meses sus productos para que puedan ser comercializados de Bogotá hacia los llanos. Flores Santo Tomás se encarga de cultivar el pompón y saben que los demás cultivos del municipio de Tenjo se especializan, igual que ellos, en un solo producto.

Para concluir se puede decir que Tenjo posee una potencialidad turística fuerte pero que no se ha sabido potencializar de la mejor manera ya que se concentran en otros aspectos de la economía pero no en el turismo. Respecto a la floricultura el municipio de Tenjo solo ayuda a las pequeñas empresas que están surgiendo y que se especializan en un solo producto sin saber que con ayuda de grandes empresas y de la comunidad se puede atraer más turistas.

En el siguiente capítulo comenzará con una breve descripción poblacional de Tenjo, Cundinamarca. Posteriormente, se darán cifras de las actividades en el municipio y otras cifras que tienen que ver con la llegada de visitantes extranjeros y no residentes. Se mostrará una pequeña parte de las ferias y fiestas internacionales que tienen como tema principal las flores y se finalizará con los resultados de una encuesta aplicada a los turistas determinando así el cliente potencial para este trabajo.

8. Capítulo 2: Determinar el perfil del turista potencial orientado a la floricultura en el municipio

8.1 Introducción

El municipio de Tenjo está ubicado en la región cetro oriente más concretamente en la provincia sabana centro. Teniendo una superficie de 117 km² y población que llega aproximadamente a los 20.179 habitantes, cuya densidad es de 172,47 habitantes por kilómetro cuadrado.

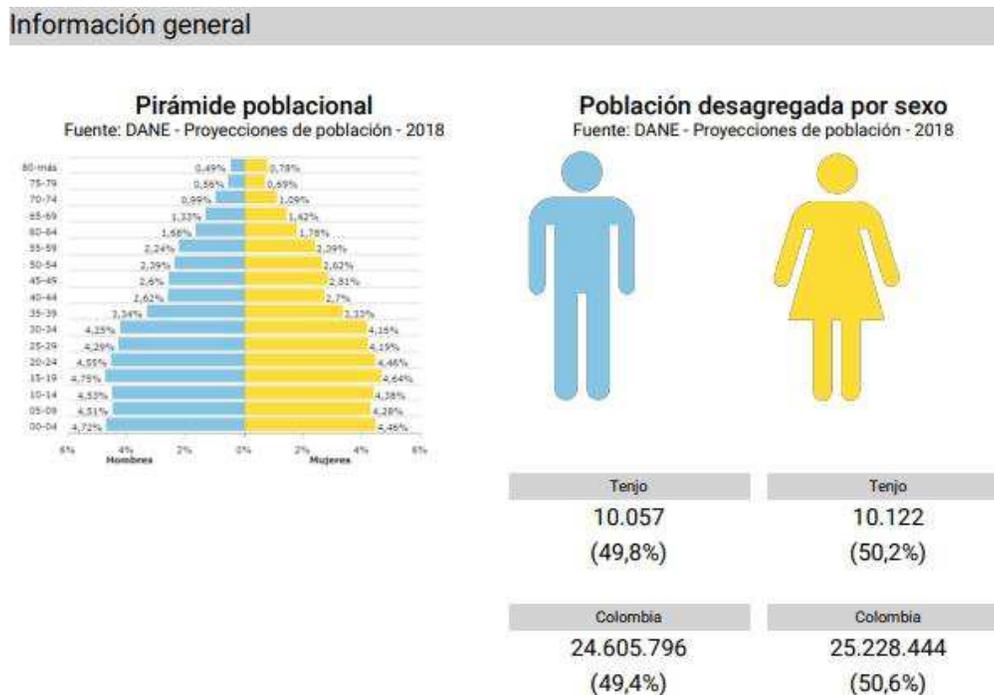


Figura 15. Información general de Tenjo. DANE – Proyecciones de población (2018)

Según las estimaciones del DANE las actividades económicas con mayor valor en el municipio de Tenjo para el año 2015 en mayor proporción se encuentran el comercio, la reparación, los restaurantes y los hoteles aportan un 34,02%, consecuentemente la industria manufacturera tiene unos ingresos del 31,83%. Por su parte la construcción aporta 9,35%, actividades de servicios sociales y personales 7,48%. En cuanto a establecimientos financieros, seguros y otros servicios y agricultura ganadería, caza, silvicultura y pesca aportan alrededor del 6% de los ingresos de Tenjo. Por otra parte Transporte, almacenamientos y comunicaciones proporcionan 2,34%. Para finalizar las actividades de explotación de minas y canteras aportan 0,56%.

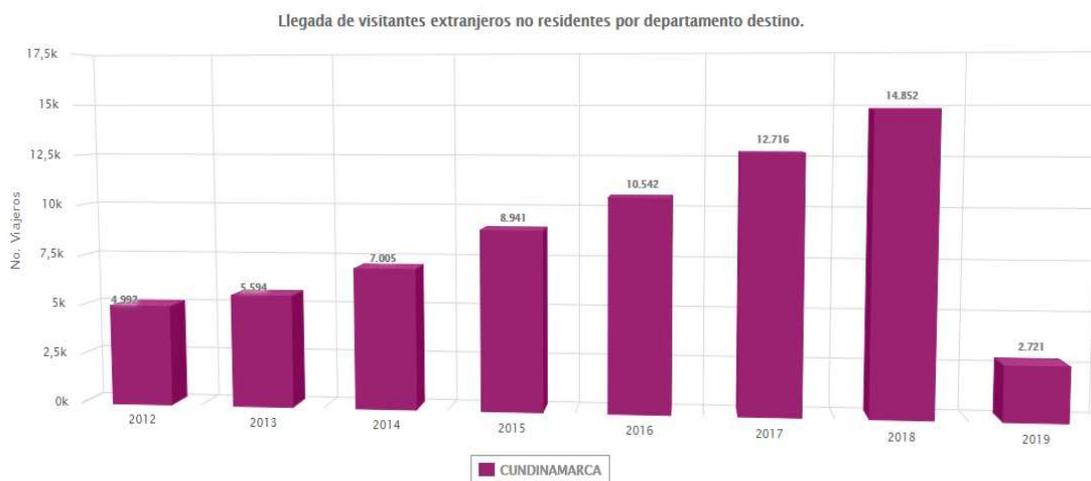


Figura 16. Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento. Migración Colombia-Cálculos OEE- MINCIT (2019-02)

Las estadísticas del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) muestran un constante crecimiento en el departamento de Cundinamarca desde el año 2015 en donde llegaron 8.941 turistas, en el año 2016 fueron 10.542, 2017 presentaba el mayor promedio de visitantes siendo estos 12.716 hasta que se cerró el año 2018 presentando 14.852 turistas que ha sido la mayor cifra registrada en los últimos 7 años.

En el exterior se encuentra muy poca información del turismo que tenga que ver con flores o que su tema principal sea la floricultura. Una actividad turística en el exterior y de gran importancia es la Ruta de las flores en El Salvador que consta de una aventura en la cordillera Apaneca-Ilamatepeq que integra los departamentos de Ahuachapán y Sonsonate en la zona occidental de El Salvador. Esta ruta nació porque en los municipios que la componen atractivos netamente naturales.

Otros eventos que atraen a turistas con respecto a la floricultura son las ferias de flores que se hacen a nivel mundial. A 250 Kilómetros de Manila hacia el norte, Baguio que es una ciudad turística durante el mes de Febrero tiene un festival llamado Panagbenga dedicado a las flores. Este festival se estableció desde 1990 y lo que busca es rendir un homenaje a las flores de la ciudad y a las víctimas de un terremoto que ocurrió ese año.



Figura 11. Festival de flores. Explore.Traveloka (2019)

Durante el mes de febrero en Chiang Mai localidad de Tailandia se lleva a cabo un festival de flores que lleva por nombre el de la ciudad. En este evento son utilizadas flores nativas de todo tipo pero la que más resalta es el Crisantemo tanto amarillos como blancos y las rosas damascenas.

8.2 Resultado de las encuestas

Para esta investigación se realizó una serie de encuestas a los visitantes del municipio con el fin de determinar el perfil del turista potencial identificando que satisface sus necesidades y cuáles son las expectativas frente a lo que puede proporcionar el municipio de Tenjo. Las encuestas se realizaron entre las 11:30 de la mañana hasta las 3:30 de la tarde frente a la alcaldía del municipio. Se logró el total de 80 encuestas quedando una anulada por hacerse a un residente. Se anuló porque la idea principal era hacer las encuestas solo a turistas. Los resultados que se obtuvieron de las encuestas fueron los siguientes:

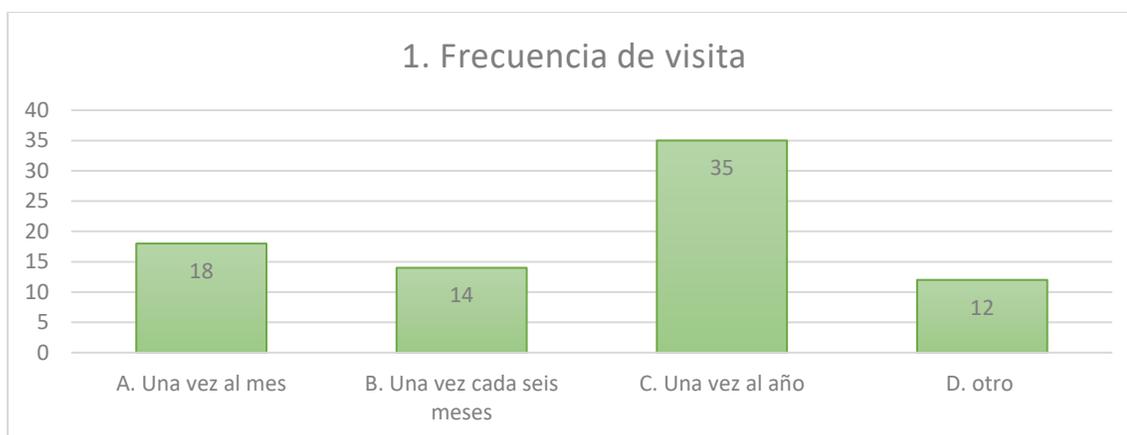


Figura 18. Frecuencia de viaje. Autoría propia, 2019.

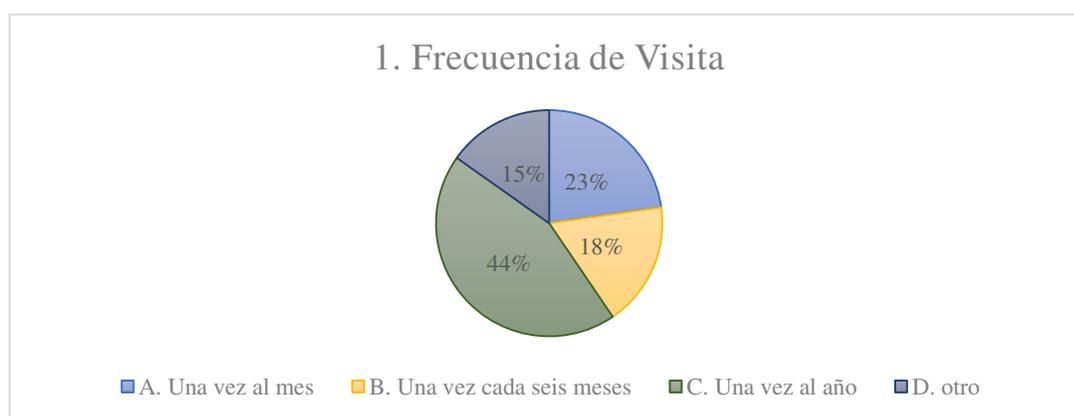


Figura 19. Frecuencia de viaje. Autoría propia, 2019.

A partir de una base de 79 personas en donde la primera pregunta obtuvo como resultado que las 35 personas (44% del total de las personas encuestadas) concluyen que visitan el municipio al menos una vez al año. Por su parte 18 de las personas encuestadas visitan Tenjo cada mes. En vista de lo anterior se concluye que el municipio, aunque posee atractivos turísticos no satisfacen por completo las necesidades de los turistas para incrementar su visita con constancia.

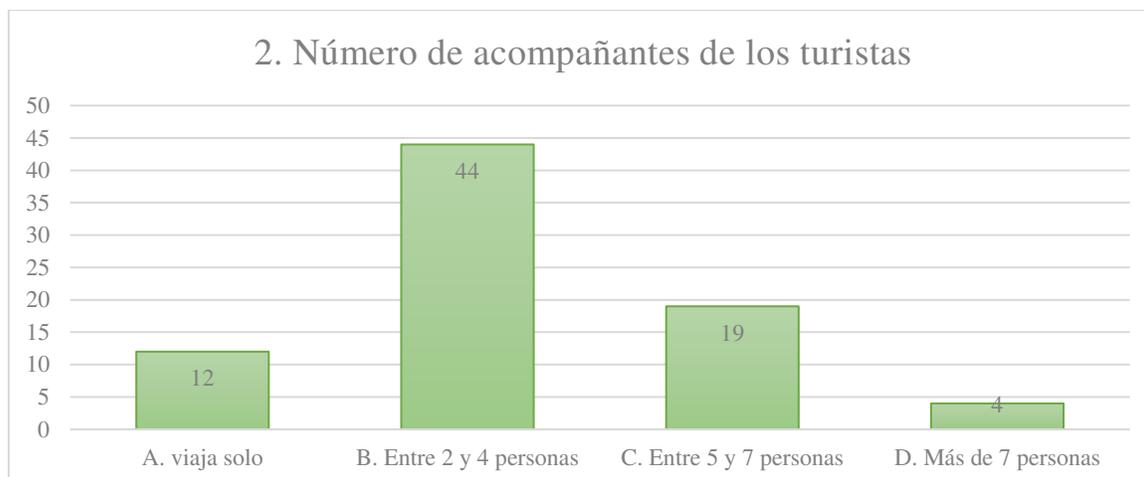


Figura 20. Número de acompañantes de los turistas. Autoría propia, 2019.

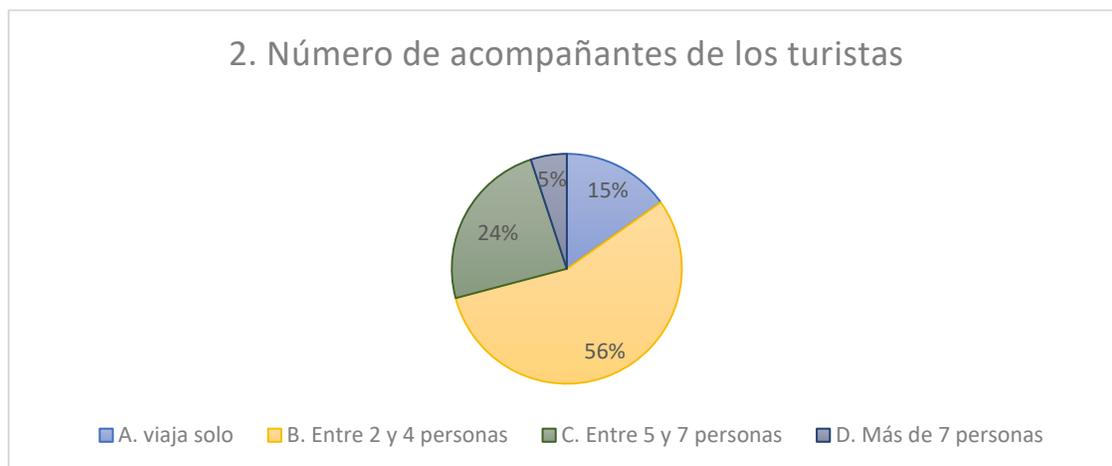


Figura 21. Número de acompañantes de los turistas. Autoría propia, 2019.

Para la segunda pregunta se determina que las salidas de los turistas las comparten alrededor de 2 a 4 personas (56% de los encuestados) lo que permite que al momento de su visita suba el indicador del municipio. Solo 4 de las 79 personas encuestadas (5% de la muestra total) viajan con un grupo de más de 7 personas.

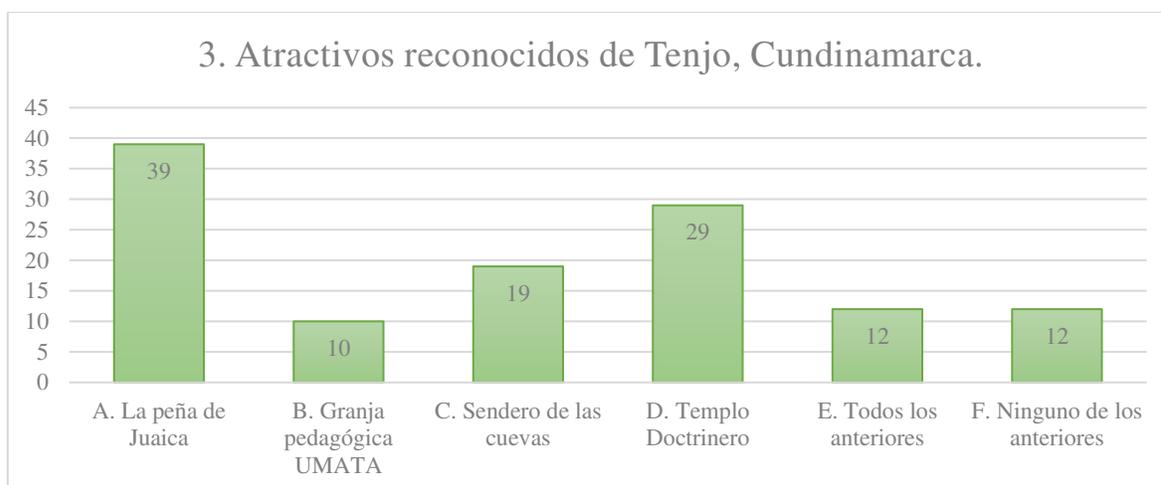


Figura 22. Atractivos reconocidos de Tenjo. Autoría propia, 2019.

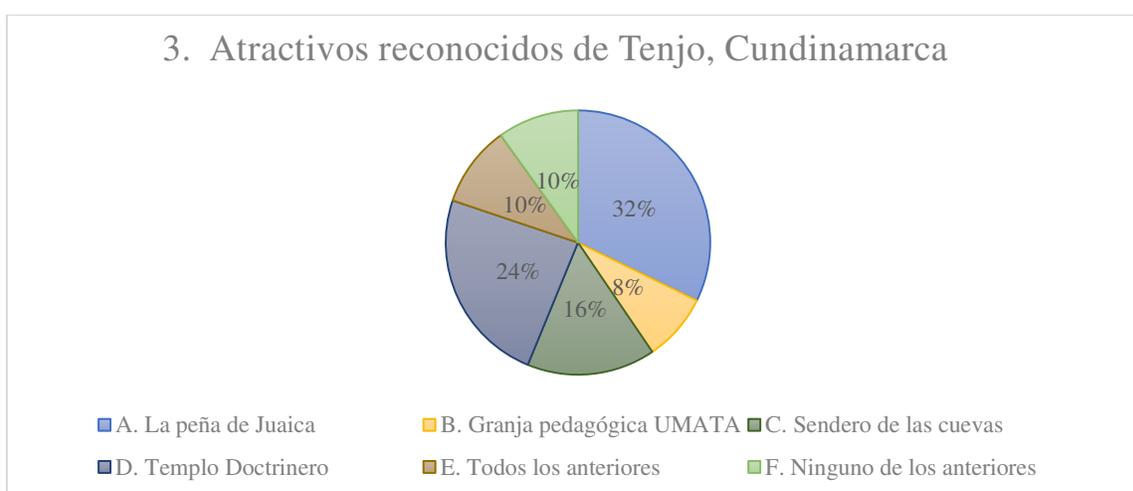


Figura 23. Atractivos reconocidos de Tenjo. Autoría propia, 2019.

Según los encuestados el punto más atractivo del municipio de Tenjo se encuentra en la Peña de Juaiica seguido por el Templo Doctrinero indicando que los turistas visitan el municipio en modalidad turismo de aventura y turismo religioso, sin embargo, alrededor de 12 personas concuerdan con no conocer ninguno de los puntos atractivos del municipio.

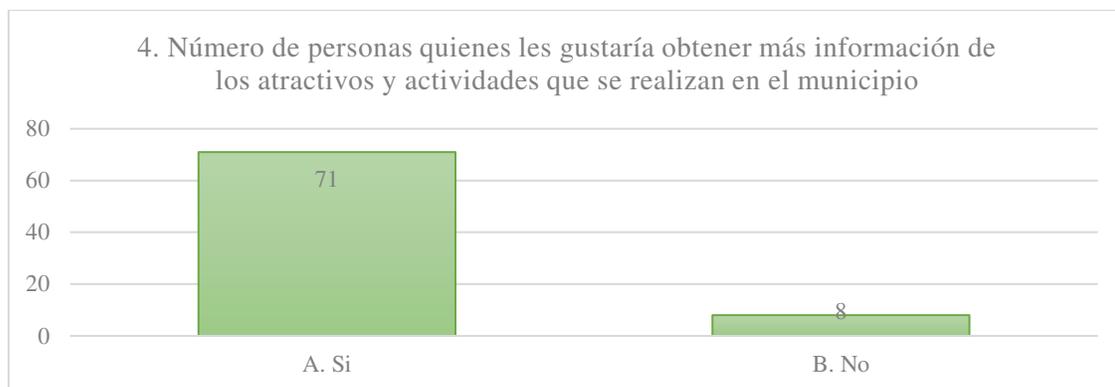


Figura 24. Número de personas quienes les gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio. Autoría propia, 2019.



Figura 25. Número de personas quienes les gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio. Autoría propia, 2019.

71 personas (90% de la muestra total) de las 79 encuestadas consideran importante y necesario poseer mayor información respecto a los lugares más atractivos y de las actividades que se realicen en el municipio de Tenjo para lograr que sus visitas pasen de una vez al mes a ser más visitas durante el año.

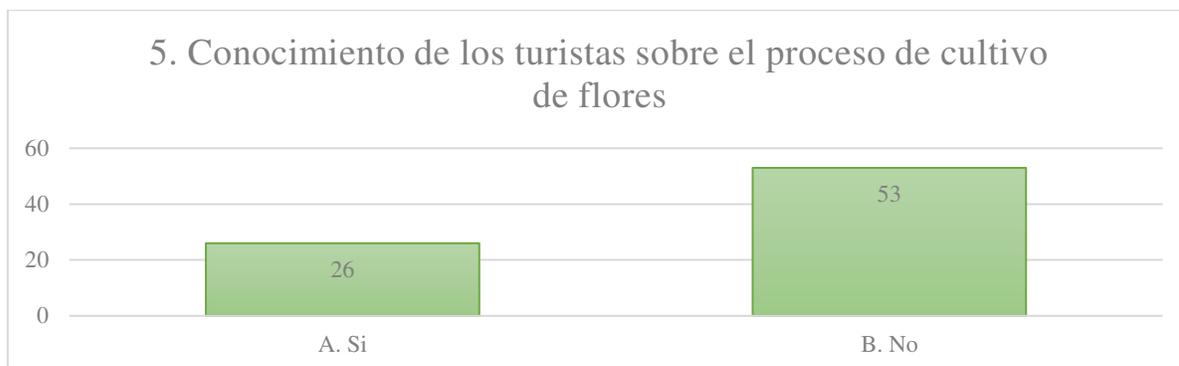


Figura 26. Conocimiento de los turistas sobre el proceso de cultivo de flores. Autoría propia, 2019.



Figura 27. Conocimiento de los turistas sobre el proceso de cultivo de flores. Autoría propia, 2019

Para dicha pregunta 53 de las personas encuestadas (el 67% de la muestra total) dan como respuesta no conocer sobre el proceso de cultivo de flores, es aquí donde se refleja la escasa interacción y conocimiento respecto a dicha actividad base de Tenjo.

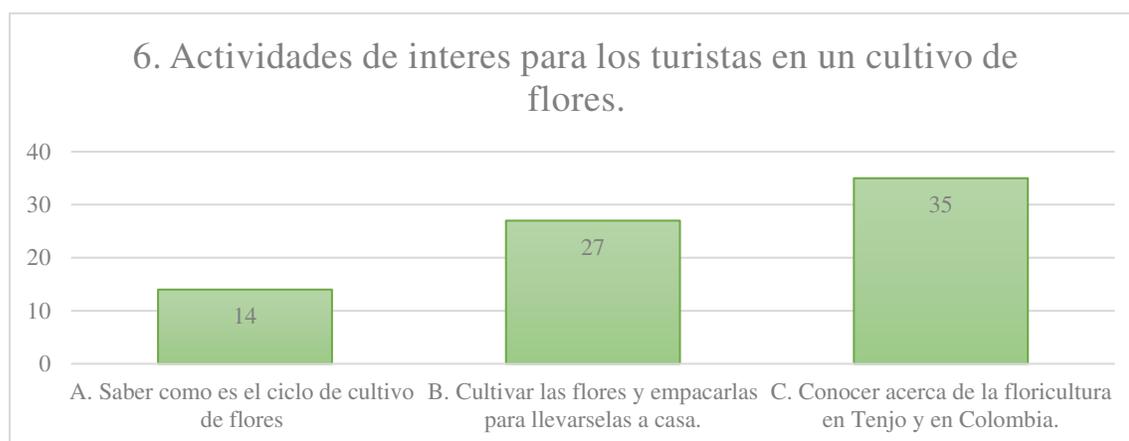


Figura 28. Actividades de interés para los turistas en un cultivo de flores. Autoría propia, 2019

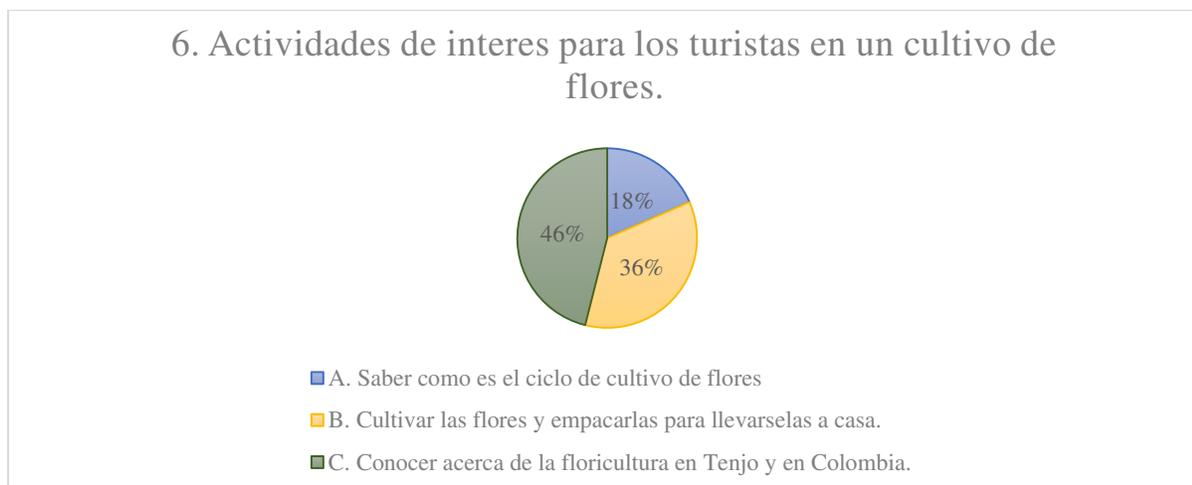


Figura 29. Actividades de interés para los turistas en un cultivo de flores. Autoría propia, 2019

La actividad de interés que más llama la atención a los turistas que visitan Tenjo (35 de las personas encuestadas que equivale a un 46% de la población muestra) mencionan querer conocer acerca de la floricultura en el municipio de Tenjo y de la historia de la floricultura en Colombia.



Figura 30. Número de turistas quienes gustarían de realizar visitas guiadas por los cultivos en el municipio de Tenjo. Autoría propia, 2019



Figura 31. Número de turistas quienes gustarían de realizar visitas guiadas por los cultivos en el municipio de Tenjo. Autoría propia, 2019

De 79 personas encuestadas a 75 (el 95% de la población a la que se hizo la encuesta) les parecería interesante realizar visitas guiadas por los cultivos que se encuentran en el municipio de Tenjo como posible actividad turística. Las personas que no están de acuerdo mencionaron que entrar en los cultivos representa algún riesgo para su salud.

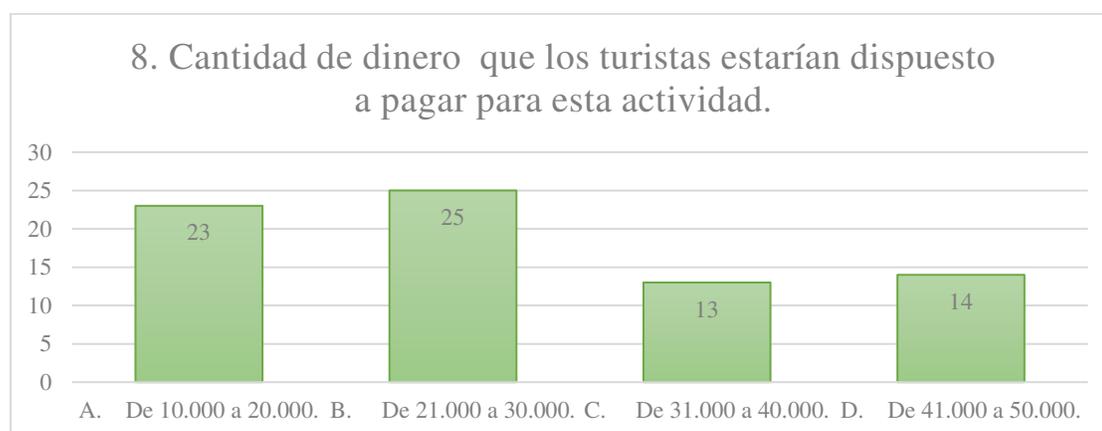


Figura 32. Cantidad de dinero que los turistas estarían dispuesto a pagar para esta actividad. Autoría propia, 2019

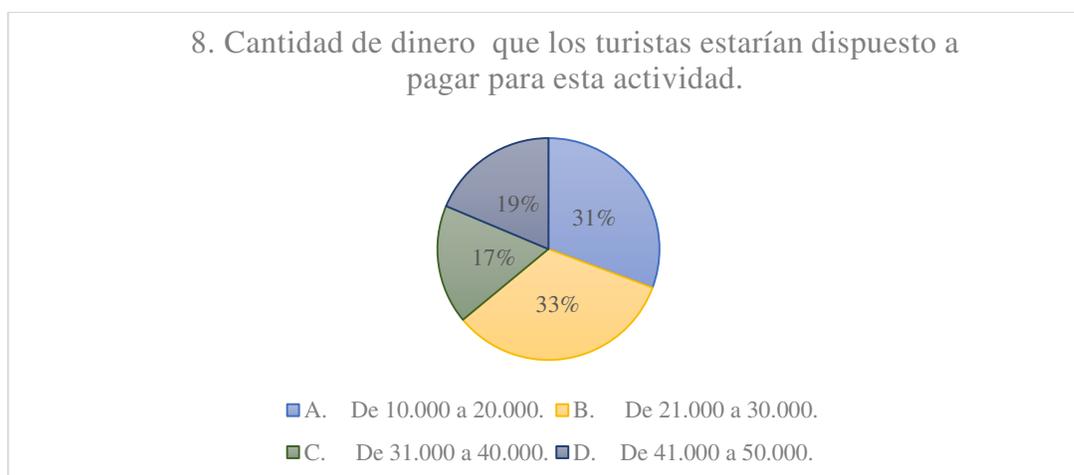


Figura 33. Cantidad de dinero que los turistas estarían dispuesto a pagar para esta actividad. Autoría propia, 2019.

25 de las personas encuestadas (33% de la población muestra) estarían dispuestas a pagar entre 21.000 a 30.000 pesos por persona para entrar a los cultivos, mientras 23 personas (el 31% de la población muestra) mencionan que estarían dispuestos a pagar entre \$10.000 a \$20.000 mencionando que los demás rangos de precios están muy altos para una actividad así.

8.3 Perfil del turista

Para este proyecto el perfil del turista se realizó un recuento de las características en común de los visitantes del municipio de Tenjo reflejadas en encuestas. Las respuestas obtenidas mostrarán el segmento específico al cual se dirigirá el proyecto.

Tabla 8.

Perfil del turista

Variable	Características
Edad	Entre 18 y 24 años
Frecuencia de viaje	Una vez al año
Cuántas personas lo acompañan	Entre 2 y 4 personas

Atractivo turístico más visitado	Peña de Juaica
Conocimiento sobre el proceso de cultivo	Ninguna.
Actividad dentro de los cultivos de interés	Conocer acerca de la floricultura en Tenjo y en Colombia
Interés por realizar recorridos por los cultivos de Tenjo	Muestra interés.
Precio dispuesto a pagar	\$21.000 a \$30.000

Nota: Realización propia.

Para concluir se puede decir que esta propuesta va dirigida a personas que están entre los 18 y 24 años de edad, que viajan una vez al año al municipio de Tenjo, son acompañados de 2 a 4 personas quienes en sus viajes conocieron la Peña de Juaica. Los clientes pese a tener poco conocimiento sobre el proceso de cultivo desean aprenderlo mediante una actividad recreativa y que están dispuestos a pagar entre \$21.000 y \$30.000 por un producto floricultor y turístico.

9. Capítulo 3 Propuesta de actividades turísticas de floricultura en los cultivos de Sarama (Sunshine Bouquet) y Flores Santo Tomás

9.1 Introducción

Para poner en marcha este proyecto se hizo una entrevista al personal de Sunshine Bouquet y Flores Santo Tomás para conocer su opinión acerca de unir a la floricultura y el turismo, después de saber que piensan sobre esta idea se propone hacer un plan de actividades que incluyan los cultivos y empresas floricultoras del municipio.

9.2 Información sobre los cultivos

Sunshine Bouquet es una empresa estadounidense que llegó a Bogotá en el año 1995 dedicándose a la exportación de flores cultivadas en la sabana con el fin de exportar este producto. Las oficinas centrales se encuentran en la capital mientras que los cultivos (550 hectáreas) están alrededor de toda la Sabana en los cuales se encuentran los pueblos de Facatativá, El Rosal, Madrid, Mosquera, Tabio, Tocancipa, Ubaté y actualmente con 2 cultivos en el municipio que son *Sarama* y *Tenjo* entre las dos suman 50 hectáreas aproximadamente.

Mientras que, hace 20 años en las afueras de Tenjo, nació la empresa Flores Santo Tomás, con 20 trabajadores que desde pequeños se rodearon de toda la información acerca de la floricultura siendo pioneros en el municipio y enviando sus flores cultivadas hacia Bogotá para que estas sean comercializadas hacia los llanos, es una empresa pequeña pero que puede ofrecer más oportunidades en la unión con el turismo que se pretende en este trabajo.

9.1.1 Mapa de los cultivos.

Según el Plan de ordenamiento territorial de Tenjo el municipio está compuesto por 15 veredas: La Punta, Chacal, Carrasquilla, Chitasuga, Chince, Santa Cruz, Martín Espino, Poveda 2, El Estanco, Jacalito, Churuguaco, Guangata, Poveda 1, Juaica y Chucua. Siendo La punta la vereda de mayor porcentaje participación y Juica con el menor porcentaje. Los cultivos en los que se va a implementar esta propuesta son La punta y Chince que es donde están los cultivos presentados en el siguiente mapa.

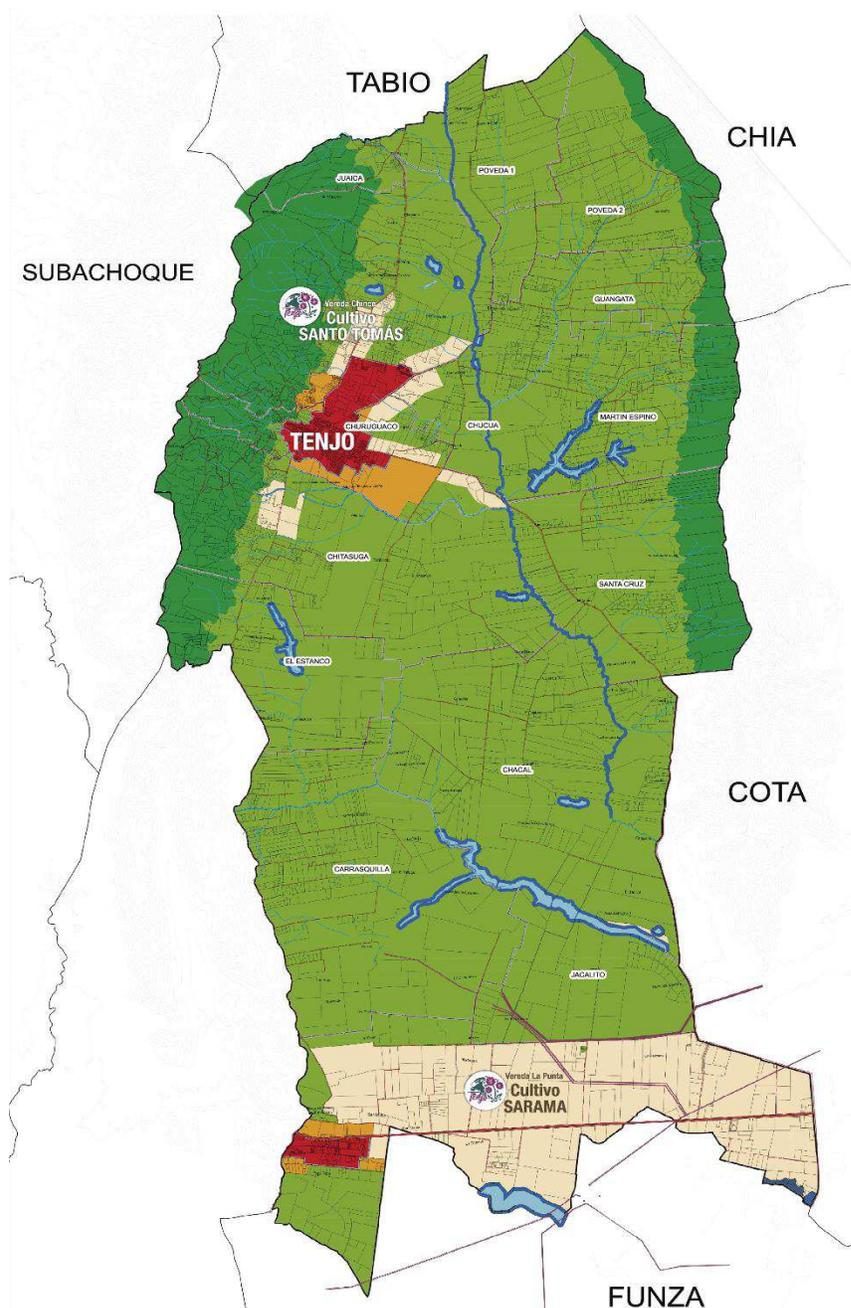


Figura 34. Mapa de las veredas en donde se desarrollara la actividad. Municipio de Tenjo, Cundinamarca. Diseñadora gráfica. María Ceballos.

9.3 Actividades

La idea principal que se tiene en este proyecto es la de poder realizar un recorrido guiado por los mismos trabajadores de aproximadamente 3 horas por las instalaciones que tengan permitidas las empresas. En el capítulo anterior se mencionó que a los turistas les gustaría recibir información acerca de la floricultura en el municipio de Tenjo y en Colombia así que lo principal es diseñar un espacio en estas empresas en donde se brinde dicha información. En la siguiente tabla se mostrará que actividad se realizara por cultivo:

Tabla 9.

Actividades en los cultivos

Cultivo	Actividad
Flores Santo Tomás	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata hacia el cultivo. • Presentación en los invernaderos. • Muestra de cómo se realiza la plantación. • Información sobre la floricultura desde el punto de vista de la dueña del cultivo. • Caminata hacia el punto de inicio.
Sarama (Cultivo de Sunshine Bouquet ubicado en Tenjo)	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata hacia los invernaderos • Explicación de los floricultores sobre el proceso de cultivo de rosas. • Visita a la fábrica de corte y selección de flores de exportación. • Caminata hasta el punto de inicio.

Nota: Realización propia.

9.4 Costos de la operación

Para determinar los costos se deberá conocer el concepto, la empresa encargada, la cantidad de paquetes a vender, el costo por persona y el costo por todo el grupo que se llevará en este caso 15 personas.

La cooperativa de Transportadores de Tenjo COOTRANSTENJO es una empresa sin ánimo de lucro la cual es vigilada por la superintendencia de puertos y transportes, el ministerio de transporte y la alcaldía municipal de Tenjo.

Tabla 10.

Costos de transporte y refrigerio de la actividad.

Costo Fijos	
Transporte	225.000
Seguros	150.000
Elementos de Seguridad	50.000
total CF	425.000
Precio de Venta por pqt	50.000
Costos Variables	17.500
Punto de Equilibrio Operacional	9,10714286
Pax por recorrido	15
Costo por Pax promedio	45.833,3333
Precio de venta Proyecto	64.166,6667
Porcentaje de Ganancia	40%

Nota: Autoría propia

El refrigerio que lo ofrece el Restaurante La Iguana consta de un sándwich gourmet, bebida caliente o fría dependiendo el cliente más una porción de fruta. Los clientes podrán comprar más comida o bebidas pero estas correrán por su cuenta. Otros costos variables serían el recordatorio y la papelería. En realidad la propuesta sale costosa porque tiene el transporte adicional que la(s) persona(s) que gusten pueden tomarlo. En las encuestas no se mencionó nada de añadir un medio de transporte y por eso ese costo variable es un plus del proyecto. Entre el pago obligatorio si se

encuentra cubierto todos los implementos de seguridad necesarios para la actividad dentro de los cultivos.

Se determinó trabajar con un porcentaje de costo estimado del 40% ya que de esta forma, aunque el precio se posiciona por encima de lo que los turistas mencionaron que pagarían en las encuestas, se venderían 7 paquetes que sería el tope máximo para poder mantener el punto de equilibrio. Realizando una comparación con otros paquetes que se encuentran en Cundinamarca, además del hecho que esta propuesta se encuentra proyectada para un público en su mayoría extranjero, la propuesta es viable.

9.5 Comercialización de la propuesta

La idea central de este proyecto es unir a la floricultura con el turismo mediante actividades recreativas que se realicen dentro de los cultivos. Además con este proyecto se pretende mostrar a los turistas una nueva opción de atractivo turístico que no se había dado a conocer antes. Como se ha mencionado anteriormente el municipio de Tenjo cuenta con una gran potencialidad turística además de floricultora. Por lo tanto, se mostrará el logo oficial de la propuesta para el municipio de Tenjo.



Figura 35. Logo del proyecto. Diseñadora gráfica. María Ceballos.

9.5.1 Realización y distribución del Brochure.

El brochure se realizó con el fin de mostrar a los turistas de que trata la propuesta, en donde se realizará, las actividades que se llevarán a cabo y el precio correspondiente. Además de que incluye y que no incluye el plan como se puede observar anteriormente en costos de la operación. A continuación se mostrará el diseño terminado.



SUNSHINE BOUQUET COMPANY

Sunshine Bouquet es una empresa estadounidense que llegó a Bogotá en el año 1995 dedicándose a la exportación de flores cultivadas en la sabana con el fin de exportar este producto.

Las oficinas centrales se encuentran en la capital mientras que los cultivos (550 hectáreas) están alrededor de toda la Sabana en los cuales se encuentran los pueblos de Facateivá, El Rosal, Madrid, Mosquera, Tabio, Tocancipa, Ubaté y actualmente con 2 cultivos en el municipio que son Saramá y Tenjo; entre las dos suman 50 hectáreas aproximadamente.

Así mismo, hace 20 años en las afueras de Tenjo, nació la empresa **Flores Santo Tomás**, con 20 trabajadores, los cuales desde su infancia se rodearon de toda información relacionada a la floricultura, siendo así **pioneros en el municipio** y enviando sus flores cultivadas hacia Bogotá para su comercialización hacia los llanos.

Esta empresa, siendo no muy grande, puede de la mano del turismo, ofrecer grandes oportunidades, por ello la exploración del presente proyecto quiere demostrar la viabilidad de esta unión.

Cultura viva de turístico dinamarca

Floricultura alemana desarrollo Tenjo, Cundinamarca

María Amorocho

Angela Escobar A

Tenjo



Figura 36. Brochure de información. Diseñadora gráfica. María Ceballos.

Para poner en marcha esta propuesta se distribuirá el brochure en hoteles y agencias de viajes en Bogotá que manejen alto flujo de turistas nacionales e internacionales mientras que en municipio se podrá encontrar el material en la oficina de turismo.

Para finalizar este capítulo se establece que se realizará una propuesta en los cultivos de Sarama y Flores Santo Tomás en las que se realizarán actividades recreativas y de conocimiento que muestre a los turistas como es el proceso de cultivo en el municipio, la historia de la floricultura en Colombia contando con el apoyo de altos cargos en cada empresa mencionada.

Conclusiones

Para el primer capítulo lo que se puede concluir es que el municipio de Tenjo cuenta con el potencial turístico requerido, el cual permite que a los recursos de esta zona, en este caso a la floricultura como parte importante de la economía del municipio, se le dé el valor correspondiente. Esta propuesta está incluyendo un recurso que en Colombia se encuentra en territorios de gran escala de hectáreas que se dedican solo a esta actividad, que se puede utilizar para fines turísticos y económicos integrando el suelo fértil, la mano de obra, el clima, la tecnología y el transporte propio del municipio.

Lo que se realizó durante el segundo capítulo se puede concluir en que el municipio de Tenjo en los últimos años ha tenido un crecimiento en todas las áreas de la economía siendo el comercio, los hoteles y restaurantes quienes aportan el mayor porcentaje al PIB municipal mientras que otras actividades como la explotación de minas y canteras ha disminuido aportando actualmente el 0,56%. Para determinar que el proyecto debía ir dirigido a visitantes extranjeros (en su mayoría) se tuvo en cuenta la gráfica que proporciona Migración Colombia con respecto a cuantos potenciales turistas internacionales estarían interesados en la propuesta. Además, con ayuda de las encuestas realizadas en este capítulo se determinó el segmento de mercado al cual va orientada la propuesta que se compone por turistas entre 18 a 24 años que viajan al municipio una vez al año, gustan de viajar acompañados y que aunque no tienen mucho conocimientos sobre el proceso de cultivo muestran interés por conocer algo nuevo y que aunque el turista regular de Tenjo sean las personas de la tercera edad los jóvenes están interesados en nuevas alternativas.

En el tercer capítulo se puede concluir que la propuesta cuenta con la ayuda y aprobación en los cultivos Sarama (que pertenece a la empresa exportadora estadounidense Sunshine Bouquet) y una empresa más pequeña que la anteriormente mencionada pero que igual posee el potencial, Flores de Santo Tomás determinando como actividad principal el proceso de cultivo y la historia de la floricultura en Tenjo y Colombia. Pese a que el paquete turístico sale con un precio elevado en comparación con lo que los turistas expresaron en las encuestas realizadas en el capítulo anterior, el proyecto es viable porque a comparación con otros tours sale mucho más económico teniendo como plus el refrigerio y el recordatorio que será entregado.

Recomendaciones

Durante el desarrollo de esta propuesta se demuestra el poco conocimiento del potencial que tiene la floricultura en una propuesta turística por parte de los turistas, los entes gubernamentales y la población. Tenjo hasta los últimos años ha potencializado un poco su turismo realizando pequeñas actividades recreativas para todo el municipio sin saber que una rama tan importante para ellos como lo es la floricultura

Está determinando como un indicador económico sin aplicarlo como se propone el en Plan de desarrollo municipal el artículo 17 que habla solo del turismo, las clases de turismo y cuales se pueden aplicar en la zona, en el que se habla del turismo rural que involucra las flores tal vez no de la manera en que la que se menciona en esta propuesta pero que se encuentra plasmado en el documento. Por aquel motivo es que esta propuesta pretende recomendar al municipio de Tenjo planes de turismo rural como rutas y circuitos o este tipo de propuestas que enlacen a la floricultura, sabiéndola aprovechar como nuevo atractivo turístico sin descuidar los que ya se encuentran.

Referencias

- Denzin y Lincoln (2005) *La entrevista en investigación cualitativa*. Recuperado de : http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf
- Franco (2011) Tipos de muestra. Recuperado de: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Glăvan, V. (2006) *Potențialul turistic și valorificarea sa*. Ed. Fundației România de Măine, București, 75 p.
- Ibañez, Cabrera (2011) *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional. Univerdisas Autónoma de Baja California sur*. Recuperado de: http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf
- Kerlinger, F.N. (1982) *Métodos de investigación* <http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/METO2F.pdf>
- Municipio de Tenjo recuperado de (<http://www.tenjo-cundinamarca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>)
- Organización mundial de turismo (2002), *El mercado inglés del ecoturismo*. Recuperado de: <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>.
- Quintero Rizzuto, María Liliana, Gallardo Guillén, Lisbeth, La estrategia de desarrollo local en el contexto de la globalización. Aldea Mundo [en línea] 2008, 13 (Julio-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de mayo de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54315493005>> ISSN 1316-6727
- Secretaria de Turismo de México, SECTUR. *Planeación y gestion del desarrollo turístico municipal. Secretaría de Turismo, Mexico, 2002*.
- Varisco (2008), *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Universidad nacional de Mar del Plata. Recuperado de: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf.

Anexos

Anexo 1

Modelo de entrevistas aplicadas

Buenos días, esta entrevista es de carácter académico realizada por una estudiante de la Universitaria Agustiniiana. Para comenzar, ¿Podría mencionar su nombre y el cargo que tiene dentro de la empresa, por favor?

1. ¿Cuáles y que tamaño tiene las empresas que desarrollan la floricultura en el municipio?
2. ¿Cuál es su producto más importante y como es el proceso de cultivo y comercialización?
3. ¿Tenjo se puede considerar como un municipio floricultor y por qué?
4. ¿Actualmente se han desarrollado propuestas turísticas relacionadas con la floricultura en la zona?
5. ¿Ve en la floricultura una alternativa turística?
6. ¿Qué actividades se desarrollan en el cultivo o en el proceso comercial que sean susceptibles a la actividad turística?
7. ¿Existen restricciones o inconvenientes para el desarrollo de propuestas turísticas en las áreas floricultoras?
8. ¿Qué otras actividades pueden ser añadidas a un producto turístico relacionadas con la actividad floricultora?

Anexo 2

Entrevista Mónica Castañeda Flores Santo Tomás.

Entrevistador: ¿Cuáles y que tamaño tiene las empresas que desarrollan la floricultura en el municipio?

Entrevistado: Por ejemplo Sunshine que tiene mil trabajadores ya que es una empresa que trabaja a nivel internacional. Aquí en Tenjo las empresas tienen muchos trabajadores y la mayoría son tenjanos. Flores de Tenjo es la más popular.

Entrevistador: ¿Cuál es su producto más importante y como es el proceso de cultivo y comercialización?

Entrevistado: El producto estrella es el pompón, este va a planta madre, en bancos en el que se le coloca abono, se siembran en invernadero, 15 días después se ponen en camas y se dejan con luz. Luego se les hace refrescamiento y se arman paquetes depende el peso. Estas flores las comercializo en Paloquemao. Los grandes cultivos si exportan a otros países. Yo solo a floristerías en Bogotá, otros van hacia la costa y a los llanos.

Entrevistador ¿Tenjo se puede considerar como un municipio floricultor y por qué?

Entrevistado: Si se puede considerar como un municipio floricultor, tiene hartas extensiones de tierras en donde se siembran claveles, rosas... varias clases de flores y todas estas van a exportación.

Entrevistador ¿Actualmente se han desarrollado propuestas turísticas relacionadas con la floricultura en la zona?

Entrevistado: Que yo sepa no, puede que sí pero no estoy enterada. Pero sería interesante porque las personas que no conocen como es el proceso, saber cuánto duran las flores en cada estación y llevarse algunas maticas.

Entrevistador ¿Ve en la floricultura una alternativa turística?

Entrevistado: Si, porque podría hacerse, digamos, mirar el cultivo como se procesa. Mis amigos una vez vinieron y miraron todo y tomaron unas maticas y se fueron felices aprendiendo algo nuevo.

Entrevistador ¿Qué actividades se desarrollan en el cultivo o en el proceso comercial que sean susceptibles a la actividad turística?

Entrevistado: Que la gente entre en el cultivo, escoja que flores el gustan, sepan cómo se empacan al final del proceso, que las empacaran como ellos quieran y se las puedan llevar. Además el paseo hasta Tenjo. Cuando el proceso es nuevo para uno es interesante.

Entrevistador ¿Existen restricciones o inconvenientes para el desarrollo de propuestas turísticas en las áreas floricultoras?

Entrevistado: Si, principalmente por los fertilizantes que hay que aplicarles a las flores, este podría ser dañino para todos pero en especial para los niños. Aunque he creado una propuesta que es cultivar con productos orgánicos que sería más fácil para que las personas pudieran entrar.

Entrevistador ¿Qué otras actividades pueden ser añadidas a un producto turístico relacionadas con la actividad floricultora?

Entrevistado: Se podrían poner en los cultivos no solo el recorrido de flores sino: en una sección animalitos, en otra como tal las flores y otra en la que se siembren frutas y verduras sin químicos. Como en el Restaurante La granja, que después de comer o antes se puede hacer un recorrido para conocer los animalitos que están allí.

Anexo 3

Entrevista Wilmer Quiñones, Sunshine Bouquet.

Entrevistador: ¿Cuáles y que tamaño tiene las empresas que desarrollan la floricultura en el municipio?

Entrevistado: Bueno mira, en Tenjo no conozco muchas fincas que puedan estar trabajando alrededor de Tenjo. Sé que hay, varias, pero no sé exactamente sus nombres y ni sus tamaños pero nosotros precisamente tenemos allá dos fincas una se llama Sarama y la otra se llama Tenjo. Las dos suman 50 hectáreas aproximadamente.

Entrevistador: ¿Cuál es su producto más importante y como es el proceso de cultivo y comercialización?

Entrevistado: Los productos que nosotros manejamos, en total, son cerca de 50 productos. Todos ellos suman aproximadamente 900 variedades de diferentes colores y de todos estos productos los tres más importantes que sembramos nosotros son la rosa, el pompón y el clavel. La rosa nosotros, la sembramos, pues como lo siembra el resto de la industria. Son plantas que desde que las sembramos hasta que ellas puedan terminar su ciclo productivo duran entre 15 y hasta 20 años si se quisiera. Los pompones son por esquejes, realmente se siembran es por esquejes y estos tienen un ciclo de 13 semanas desde que los sembramos hasta que cosechamos sus flores y también los claveles son por esquejes. Nosotros los sembramos a un ciclo; esto quiere decir que sembramos el esqueje y desde que lo sembramos hasta que cosechamos el último tallo pueden pasar alrededor de 33 semanas.

Entrevistador ¿Tenjo se puede considerar como un municipio floricultor y por qué?

Entrevistado: Bueno yo creería que actualmente Tenjo puede depender de la floricultura, con los habitantes que tiene Tenjo podría ser alrededor de un 20% o 25% de familias que dependen de la floricultura. Sin embargo, cada vez hay más compañías que están poniendo sus ojos en estas tierras de Tenjo y Tabio porque tienen un clima muy estable, es un muy buen clima, hay muchísimo potencial de personas que quieren trabajar en esta zona y la proyección de crecimiento en este negocio en estas regiones va en aumento.

Entrevistador ¿Actualmente se han desarrollado propuestas turísticas relacionadas con la floricultura en la zona?

Entrevistado: No, no existen realmente. No he escuchado nada hacer de turismo para floricultura pero me parece una idea bastante interesante

Entrevistador ¿Ve en la floricultura una alternativa turística?

Entrevistado: Pues sí, como te decía si me parece que es una idea bastante buena, sin embargo hay que tener en cuenta ciertas restricciones, o riesgos para poderlo lograr. Si uno empieza a ser de este proyecto algo más palpable yo creo que puede salir unas buenas, buenas ideas y vamos viendo como mitigar estos riesgos y como garantizarle la seguridad a los visitantes.

Entrevistador ¿Qué actividades se desarrollan en el cultivo o en el proceso comercial que sean susceptibles a la actividad turística?

Entrevistado: Bueno mira, la gente normalmente le encantan las flores, la gente cuando ve las flores en sus casas pues les gusta muchísimo pero a la gente le gusta saber, pues como provienen o como es que se siembra una flor u otra. Es un proceso bastante bonito, yo creo que a la gente le gustaría ver el proceso completo desde cómo se consiguen las semillas o esquejes, como se propaga, como se siembra, como se cosecha, como se cuidan estas flores y como se riegan para después convertirlo en un producto de exportación o sea que todo el proceso de la cadena me parecería interesantísimo que un turista pueda saber alrededor del mundo de las flores.

Entrevistador ¿Existen restricciones o inconvenientes para el desarrollo de propuestas turísticas en las áreas floricultoras?

Entrevistado: Si claro, los riesgos son muchísimos, las restricciones también, te pongo un ejemplo: con los riesgos pues son empresas en las que únicamente pueden tener acceso trabajadores, si uno piensa en que tienen que venir turistas pues los riesgos se hacen mucho más grandes y deberíamos pensar en el caso de querer hacer un proyecto de estos debemos buscar la manera de que esos riesgos los podamos disipar. Entonces van a venir niños seguramente, sus familias, va a venir gente, en bicicletas, discapacitados, la idea es que todo el mundo pueda tener acceso y tendríamos que ver como disminuir esos riesgos que están latentes en una empresa de flores. Hay tractores, hay caminos, hay rieles que pueden ser un riesgo. Y las restricciones por otro lado, es que las empresas

exportadoras de flores normalmente son muy celosas con su información, por el tema competitividad. Entonces, dentro de los turistas pues se puede mezclar obviamente la competencia para poder ver cómo es que están funcionando nuestros procesos. Pero todo eso se puede controlar simplemente sabiendo hasta donde una persona puede saber, de manera turística, como es el proceso de las flores sin llegar a más detalles.

Entrevistador ¿Qué otras actividades pueden ser añadidas a un producto turístico relacionadas con la actividad floricultora?

Entrevistado: Bueno ese punto me parece muy interesante, porque la gente en general desconoce mucho el mundo de la floricultura y lo importante que es para nuestra sociedad. Entonces, aparte de que las personas puedan ver la belleza de las flores, como se siembran, como son los cuidados de las actividades para que salgan las flores de exportación es importante enseñarles cual es la historia de la floricultura por ejemplo en Colombia, que la gente tenga una idea eso de donde salió, como ha crecido, que tan importante es para Colombia la floricultura y me parece importantísimo enseñarles cómo ha logrado crecer la floricultura fortaleciendo también la flora en la que se desarrollan todos estos procesos, como tenemos que lograr que nuestros árboles, nuestra biodiversidad no se apague sino que por el contrario la mantengamos, como cuidamos la fauna por ejemplo, cómo debemos cuidar nuestros recursos naturales como el agua, no hacer impactos al ambiente que puedan generar más smog, la huella de carbono es importante cuidarla y saber que tenemos que disminuirla para sacar nuestros procesos adelante. Y eso hace que de manera social, junto a los pueblos y las personas que están alrededor pues sientan que es una empresa sostenible, que los está cuidando a ellos, que está dando trabajo a muchísimas persona, muchísimas familias que se está cuidando la fauna, la flora y eso hace que también haya crecimiento social.

Anexo 4

Modelo de encuesta

<p>Universitaria Agustiniiana</p> <p>Programa Hotelería y Turismo</p> <p>Este proyecto tiene como objetivo el conocer el interés sobre la floricultura como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de Tenjo, Cundinamarca. Sus fines son netamente académicos.</p>

1. ¿Con que frecuencia visita usted el municipio de Tenjo?

A. Una vez al mes.	
B. Una vez cada 6 meses.	
C. Una vez al año.	
D. Otro. ¿Cuánto?	

2. ¿Con cuantas personas viaja normalmente?

A. Viaja solo.	
B. Entre 2 y 4 personas.	
C. Entre 5 y 7 personas.	
D. Más de 7 personas.	

3. ¿Cuáles de los siguientes atractivos, del municipio de Tenjo Cundinamarca, conoce usted?

A. La peña de Juaica.	
B. Granja pedagógica UMATA.	
C. Sendero de las cuevas.	
D. Templo Doctrinero.	
E. Todos los anteriores.	
F. Ninguno de los anteriores.	

4. ¿Le gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio de Tenjo?

A. Sí.	
B. No. ¿Por qué?	

5. Tiene algún conocimiento sobre el proceso de cultivo de flores?

A. Sí.	
--------	--

B. No.	
--------	--

6. De las siguientes actividades cual es la más interesante para usted al momento de ir a un cultivo de flores.

A. Saber cómo es el ciclo de cultivo de flores.	
B. Cultivar las flores y empacarlas para poder llevárselas a casa.	
C. Conocer acerca de la floricultura en Tenjo y en Colombia.	

7. ¿Estaría usted dispuesto a realizar visitas guiadas por los cultivos de Tenjo Cundinamarca como una actividad recreativa y turística?

A. Sí.	
B. No. ¿Por qué?	

8. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar para esta actividad?

A. De 10.000 a 20.000.	
B. De 21.000 a 30.000.	
C. De 31.000 a 40.000.	
D. De 41.000 a 50.000.	

Muchas gracias por su colaboración.

Ángela María Escobar Amorocho, Estudiante hotelería y turismo.

Anexo 5

Encuestas aplicadas en el municipio de Tenjo solo a turistas.

Resultados totales por pregunta.

1. ¿Con que frecuencia visita usted el municipio de Tenjo?	
A. Una vez al mes	18
B. Una vez cada seis meses	14
C. Una vez al año	35
D. otro	12
2. ¿Con cuantas personas viaja normalmente?	
A. viaja solo	12
B. Entre 2 y 4 personas	44
C. Entre 5 y 7 personas	19
D. Más de 7 personas	4
3. ¿Cuáles de los siguientes atractivos, del municipio de Tenjo Cundinamarca, Conoce Usted?	
A. La peña de Juaica	39
B. Granja pedagógica UMATA	10
C. Sendero de las cuevas	19
D. Templo Doctrinero	29
E. Todos los anteriores	12
F. Ninguno de los anteriores	12
4. ¿Le gustaría obtener más información de los atractivos y actividades que se realizan en el municipio de Tenjo?	
A. Si	71
B. No	8
5. ¿Tiene algún conocimiento sobre el proceso de cultivo de flores?	
A. Si	26
B. No	53
6. De las siguientes actividades cuál es la más interesante para usted al momento de ir a un cultivo de flores	
A. Saber cómo es el ciclo de cultivo de flores	14
B. Cultivar las flores y empacarlas para llevárselas a casa.	27
C. Conocer acerca de la floricultura en Tenjo y en Colombia.	35
7. ¿Estaría usted dispuesto a realizar visitas guiadas por los cultivos de Tenjo Cundinamarca como una actividad recreativa y turística?	
A. Si	75

B. No	4
8. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar para esta actividad?	
A. De 10.000 a 20.000.	23
B. De 21.000 a 30.000.	25
C. De 31.000 a 40.000.	13
D. De 41.000 a 50.000.	14